



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

Sznaider, Beatriz

Bicentenario. Pliegos de la Argentina en sus avisos institucionales

La Trama de la Comunicación, vol. 16, 2012, pp. 141-161

Universidad Nacional de Rosario

Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927337009>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Bicentenario

Pliegos de la Argentina en sus avisos institucionales

Por Beatriz Sznайдер

Licenciada en Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA (bsznaider@gmail.com)

SUMARIO:

Conmemorar es recordar públicamente. Los festejos del Bicentenario de la Revolución de Mayo en la República Argentina habilitaron la presencia comunicacional de diversos actores sociales a través de un conjunto de avisos institucionales publicados en la prensa. El análisis de la serie sincrónica permitirá dar cuenta de los modos en que las instituciones se presentan a sí mismas y, a la vez, presentan una versión respecto del pasado y sus proyecciones sobre el presente y el futuro. Entre los procesos de decisión institucional, las determinaciones que generan los dispositivos técnico-medios y los automatismos del discurso, surgirá una forma de visibilidad históricamente fundada, manifestación de las diversas maneras de constituir lo público.

DESCRIPTORES:

Bicentenario, avisos, institución, conmemoración, Nación

SUMMARY:

Commemorate is to remember publicly. The celebration of the Bicentennial of the May Revolution in Argentina enabled the communicational presence of various social actors through a set of institutional advertisements in the press. The analysis of the synchronous series will give an account of the ways in which institutions introduced themselves and, simultaneously, they present a version of the past and projections about the present and the future. Among the institutional decision processes, the determinations generated by the technical media devices and the automatisms of the discourse, there will arise a form of historically founded visibility, demonstration of several ways to constitute the public thing.

DESCRIBERS:

Bicentennial, announcements, institution, commemoration, Nation

HISTORIA/S DE PAPEL

Conmemorar es recordar públicamente. La celebración del Bicentenario de la Revolución de Mayo en la Argentina ha sido el *pretexto* que habilitó a distintos actores sociales públicos y privados para hacerse presentes a través de formas discursivas diversas, entre otras, un conjunto de avisos institucionales publicados en la prensa de nuestro país por empresas, organizaciones o gobiernos. La existencia de esos textos nos remite a una condición performativa del discurso, a una experiencia social por la que a través de las formas de recuperación del pasado nos asomamos a nuestros propios relatos vindicativos. Y a pesar del privilegio de la época por los registros audiovisuales, es el soporte en papel el que nos permite documentar de manera sistemática la totalidad de discursos circulantes en una época dada.

Todo aviso institucional, como género discursivo, origina efectos de previsibilidad en su desempeño significante, efectos que se vinculan a su recurrencia histórica y a su carácter fuertemente convencionalizado. Pero además, como desarrolló Bajtin¹, es dicho funcionamiento repetitivo y permanente el que le otorga su condición de "horizonte de expectativa" que opera como "correa de transmisión entre la historia de la sociedad y la historia de la lengua". Ese vínculo permite reconstruir los modos en los que en el aviso institucional se procesan diferentes registros materiales de la totalidad espacio-temporal donde dicho género transcurre. Y por su carácter tributario de otras dimensiones de la vida social (la económica, la política, etc.), se trata también de un tipo de texto en el que se pueden rastrear representaciones de la realidad probablemente no asumidas por otros discursos².

Los avisos institucionales, además de trabajar como referencialidad³ a partir de un grado 0 comunicacional por el que organizan el afuera discursivo y a través del que explícitamente informan, anuncian, proponen, operan sobre un registro enunciativo desde el que

se construye discursivamente la imagen de la propia institución y, complementariamente, la imagen de quienes la institución convoca. Se trata de un efecto de sentido; de una relación entre el enunciador y el enunciatario activada por cierta condición actancial⁴, una fuerza promotora *supra* que construye vínculos y es portadora de valores, muchas veces en tensión con la propia definición o con el hacer de la institución y su público objetivo.

A la vez, la serie de los avisos institucionales conmemorativos nos remite a otras series que la contienen: la historia de la comunicación de las instituciones en la que se hacen presentes distintas "formas de lo público, esa *enunciación de la sociedad* como una instancia privilegiada de articulación entre la subjetividad y la objetividad sociales, entre los particularismos y lo universalizante (...)"⁵. Y también, la serie de los discursos históricos a la que nos acercamos sin una pretensión objetivista, propia de la historia científica. En el cruce entre comunicación institucional y discurso celebratorio del 25 de Mayo, buscamos reconstruir las marcas de una actualización del pasado cuya condición de verdad colocamos en el campo de una verosimilitud, esa verdad posible que cada sociedad acepta como verdadera en ciertos momentos de su historia, que por lo tanto no guarda inmanencia ni irrevocabilidad⁶ y que, por lo tanto, refiere a consensos sociales más o menos abarcativos y más o menos permanentes.

Finalmente si, como señalamos, toda movilización política supone un dispositivo de intervención –eso que Agamben define como la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivos⁷–, todo dispositivo impone también una *estructura polémica*. Greimas⁸ concibe esa estructura polémica como una producción que se realiza en el encuentro entre distintas semiosis sociales, en términos de Verón⁹. Es dentro de las restricciones que impone cada semiosis que se puede

describir, como señala Finol¹⁰, el “esfuerzo sostenido y deliberado de un tipo de estructura polémica para arrinconar, controlar y en ocasiones eliminar a la otra (...). Porque la actividad humana, concebida bajo la forma de confrontaciones, caracteriza en buena medida el imaginario humano”. Así, el conflicto será un mecanismo no sólo constituyente de lo cultural (sus discursos incluidos) sino que explicará, al menos parcialmente, las transformaciones y los cambios.

Las celebraciones imponen una ruptura que puntuá una linealidad doméstica y rutinaria para convertirla en un tiempo extraordinario. Pero lo extraordinario no deja de lado la conflictividad propia de la vida social; en todo caso, encuentra nuevos cauces a través de retóricas más elusivas. El repertorio de avisos institucionales publicados alrededor del Bicentenario argentino funcionará como un mapa de época en el que se dibujarán muchas de las polémicas, debates y conflictos vigentes, pero también de los modos en los que una sociedad se sueña a sí misma.

BICENTENARIO: MODELO PARA ARMAR

Los avisos a analizar forman parte de un corpus mayor integrado por alrededor de trescientas piezas publicadas en todos los diarios nacionales entre el 21 y el 27 de mayo de 2010. El recorrido se organizó en cinco grupos:

- avisos que introdujeron algún nivel de *debate*
- los que construyeron por contigüidad la *relación entre pasado y presente*
- los que impusieron *contenidos programáticos*
- los que generaron *rupturas creativas* por una acentuación de juegos sobre el significante o por la imposición de alguna novedad en el tratamiento del género
- los *avisos de gobierno*.

Se trata de un recorte metodológico. No son categorías equivalentes ni son las únicas desde las que se puede organizar el corpus y además, ninguna de ellas aparece en forma pura. En cambio, resultan significativas para explicar ciertas lecturas, así como los cambios y permanencias discursivas respecto de la serie de avisos sobre el Bicentenario y algunos de sus antecedentes durante el Centenario y el Sesquicentenario.¹¹

DEBATES

La solicitada es un género de larga vigencia dentro de la comunicación política e institucional argentina que fue cayendo en desuso, sin desaparecer nunca. De gran vitalidad en la prensa en el inicio de los años 70, su presencia dentro del grupo de avisos conmemorativos del Bicentenario parece poner en evidencia cierta fuerza que el debate público ha venido cobrando en los últimos años, a partir de la recuperación de resortes político-económicos soberanos que le han otorgado voz a diversos actores sociales y que, a la vez, han renovado la agenda de discusión.¹²

La solicitada publicada por la Cámara Argentina de Empresarios Mineros con el título “La Minería Argentina Saluda a la Patria en su Bicentenario”, pareció responder a algunas polémicas en pugna instaladas por sectores políticos y del trabajo que venían planteando la necesidad de revisar la explotación minera a cielo abierto, para terminar con el uso de sustancias que denunciaban como tóxicas para el medio ambiente¹³. La respuesta se organizó a partir de reivindicar una tradición asentada en una legitimidad de origen:

“En Mayo de 1810, cuando los argentinos comenzamos a construir una Nación, los mineros ya estábamos presentes” (...).

La entidad empresarial asume la palabra por todos los trabajadores, mientras que en la secuencia discur-

siva de la solicitada, el concepto de:

"libertad política conquistada en el proceso de la Revolución de Mayo"

sufrirá un deslizamiento significante por el que será reinterpretado a modo de:

"libertad económica como opción para la generación de riqueza, trabajo y progreso".

No se trata de un recurso novedoso; en el aniversario patrio de 1920 un aviso del Banco de Boston apor taba la misma determinación. No se buscaba celebrar solamente:

"la independencia y grandeza del país"

sino

"la independencia económica de cada cuál".

Discurso que se construía con pretensión de ver dad a través de una forma argumentativa en la que se realizaba un pasaje de lo político a lo económico pero además, de lo colectivo a lo individual, tópicos de debates aún vigentes entre republicanismo y liberalismo; liberalismo progresista y liberalismo conservador, etc.

Otra pieza, publicada por la Asociación de Bancos de la Argentina (ABA), no alude en superficie a ninguna polémica en curso. El aviso/solicitada apela a generar asociatividad entre series no equivalentes: las entidades financieras que conforman la Asociación y el pueblo argentino en su conjunto:

"Las entidades que integran ABA se unen a la celebración de todo el pueblo argentino (...)"

Pero además, la Asociación refuerza la dimensión institucional al construir un tercer actor:

"las 22.000 personas y sus familias que se desempeñan en las entidades de ABA,

a quién les asigna el mismo sentir que:

"tenemos todos los habitantes de la Nación".

El refuerzo apelativo para *cargar de argentinidad* continente y contenido y mostrarse incolmablemente unido al país y a sus habitantes al punto de ser la misma cosa, podría leerse como hipérbole de una Asociación vinculada centralmente a la banca privada extranjera que, tras la crisis económica y político-institucional que estalló en la Argentina a fines de 2001¹⁴, quedó debilitada sectorialmente respecto de otras asociaciones (banca privada nacional, banca nacional y cooperativa) y deslegitimada socialmente.

El mismo 25 de mayo de 2010 se publicó una carta/solicitada destinada a propagandizar las ideas de un sector interno de uno de los más importantes clubes de fútbol nacionales, River Plate. La pertinencia respecto de vincular celebración patria y discurso sectorial guarda un dato cierto: Ríver fue fundado el 25 de mayo de 1901¹⁵. Pero la relación figura-fondo entre el festejo y el asunto que propone la solicitada, dejan en segundo plano toda referencia a algún tipo de espíritu patriótico. El 25 de Mayo aparece datando el acontecimiento y la oportunidad, pero el aviso no se hace cargo de dilucidar su significación. Se trata, otra vez, de un procedimiento presente en los orígenes de los avisos conmemorativos, pero su persistencia no deja de llamar la atención respecto de la condición de este tipo de construcción enunciativa en la que el asunto principal del aviso se torna parasitario en relación al motivo celebratorio o directamente lo vacía de contenido.

El festejo patrio habilitó también el momento del balance. El Sindicato de Luz y Fuerza tituló su solicitada “Bicentenario Argentino”. Esa referencia, la fecha y un recuadro doble con los colores nacionales son las únicas marcas que asocian celebración y motivo institucional. Y aunque se trata de un registro básico, al menos el enunciador parece formular que en el orden del hacer se le brinda homenaje a la patria. El apoteísmo del ex presidente Juan D. Perón¹⁶ que cierra el aviso: “Mejor que decir es hacer y mejor que prometer es realizar”, parece subrayar la dimensión pragmática del mensaje.

La puja por la imposición del contenido celebratorio es más ostensible en una solicitada que publicó la familia de Martínez de Hoz: “Martínez de Hoz trofeo para el Bicentenario y después... ¿su muerte?”¹⁷. Al margen de argumentos legales y humanitarios, las premisas buscan demostrar el sometimiento del Poder Judicial respecto del Ejecutivo, que además queda subsumido en la figura del “gobierno de los Kirchner”¹⁸, a quienes se les imputa un afán revanchista. El Bicentenario queda instalado como escenario de una contienda que requiere de vencedores y vencidos pero además, la polémica busca intervenir en uno de los núcleos centrales de la política de los dos últimos gobiernos nacionales: el juicio y castigo a los responsables de crímenes de lesa humanidad.

Unos pocos avisos también fijaron posición pero desde registros creativos en los que la ilustración densifica el sentido construido: el laboratorio argentino Biogénesis Bagó (Figura N° 1) tituló su pieza, “Viva la Ganadería” y abogó por un Bicentenario productivo. Mientras que la Asociación de Entidades Periodísticas de la Argentina (ADEPA) postuló en su única formulación: “La Patria y la Prensa cumplen 200 años”.

En el primer caso se trata de una “campaña paraguas”¹⁹ en la que la empresa, cuya firma es acompañada por el eslogan “Juntos por más terneros”, deja testimonio de su visión respecto de un debate

productivo en el país que podría resumirse como *ganadería vs. agricultura* o, más precisamente, *ganadería intensiva vs. modelo sojero*²⁰. La ilustración presenta el contorno de una vaca y su ternero apoyados sobre un haz de luz que se difumina en gigantescos rayos de sol que viran al verde y que proyectan desde el horizonte hacia el territorio la sombra de la República Argentina, metáfora determinista que salda retóricamente la polémica sobre el uso del suelo. Pero además, interviene en una polémica pública en la que dirigentes de la denominada Mesa de Enlace agropecuaria²¹ afirmaron que “la Argentina va a celebrar el Bicentenario comiendo carne uruguaya, cuando en el primer centenario éramos el granero del mundo y los productores de la mejor carne”²².

Por un lado, el enunciado guarda una advertencia que funciona como parábola: el país de la carne se va a quedar sin carne; pero también reivindica una tradición de origen respecto de la Argentina como país agroexportador. Por el otro, aparece una contradicción: la reducción de la producción de ganado se debió centralmente al avance del modelo sojero –en un contexto de alza de su precio en el mercado internacional–, que la aplicación de una política de retenciones por parte del Gobierno Nacional intentó, al menos, regular. La referencia a ese pasado ideal del Centenario funciona legitimando un *statu quo*, a la vez que clausura el debate respecto de las proyecciones económicas y políticas de ese pasado sobre el presente.

Habíamos mencionado como uno de los avisos que fijaron posición desde registros creativos el que publicó ADEPA y podríamos incluir en la serie los producidos por los diarios La Nación y Clarín²³. El aviso de ADEPA recurre a una operación figurativa de solapamiento por la que “Patria y Prensa” quedan subsumidas en una misma genealogía que las torna indivisibles. En el límite, quien ataca a la prensa ataca a la patria. La lectura, una de las tantas posibles, tiene en cuenta el contexto de época. El gobierno de la presidenta

Cristina F. de Kirchner impulsó el reemplazo de la legislación sobre Radiodifusión vigente desde la última dictadura, la Ley N° 22.285. Al margen de la intención política de la iniciativa que no podemos dirimir, o del contenido final de la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el proceso de discusión hasta su sanción por el Congreso Nacional implicó el desarrollo de un conjunto de debates que tematizaron aspectos que habían quedado ocultos a la opinión pública, entre otros, el rol del Estado en su función administradora del espectro radioeléctrico, el derecho a la información y a la cultura en un marco de la libertad de expresión y el pluralismo como derecho humano básico y condición para la democratización de la Comunicación, etc.²⁴. De esta manera, así como el llamado “conflicto con el campo” funcionó como emergente para el debate sobre los modos en los que los discursos de los medios producen sentido, poniendo en cuestión su pretensión objetivista, el debate por la nueva Ley de Medios permitió desnaturalizar la existencia de un mercado concentrado y reflexionar sobre sus consecuencias, además de construir un nuevo verosímil respecto de las condiciones de circulación de los bienes culturales.

Sobre ese horizonte argumentativo, el tradicional diario *La Nación* –sostenido en su lema fundacional por el que asume un lugar rector frente a sus lectores²⁵– publicó su principal aviso conmemorativo del Bicentenario: “140 años junto al país”, con la firma “*La Nación* en el Bicentenario” (Figura N° 2). El primer enunciado se sostiene en una composición gráfica: una cinta celeste y blanca delinea el número 140. El motivo se completa con el sol en el centro del número cero y con el cierre de la frase en el mismo tono celeste de la cinta argentina. El motivo gráfico queda ubicado centradamente sobre el margen superior del aviso. La firma, a pie de página, repite los colores en la palabra Bicentenario. Pero el nombre del diario –en la tipografía tradicional que lo identifica–, queda jerarquizado tanto por el tamaño de la fuente como

por uso del color. Entre el eslogan y la firma, el espacio en blanco impone una profundidad que invita a la reflexión. Pero el orden constructivo define casi un sentido único: el motivo a celebrar es la existencia del diario. Su historia es la de la Patria; el Bicentenario, sólo su marco.

El diario *Clarín*, históricamente orientado a sectores medios urbanos y caracterizado por una enunciación borrrada, transparente, que tiende a disolver el lugar de la institución como emisor responsable, publicó como aviso principal del Bicentenario un acróstico sobre la palabra Argentina que contenía el nombre de todos los integrantes de la Primera Junta del Gobierno de 1810 (Figura N° 3). El registro llano, horizontal, impone un espacio de alianza y juego entre enunciador y enunciatario, sin conflicto ni tensión, propio del estilo del diario²⁶. La firma del aviso con el tradicional isologo de *Clarín* en el extremo inferior derecho, queda antecedida por una frase en cursiva que remite a un trazo personal: “Que la idea que los unió hace 200 años, nos vuelva a unir a todos”. La tipografía muy pequeña respecto del resto del aviso genera un efecto de susurro, de acotación. Laapelación busca que el pasado ideal, ilumine un presente conflictivo.

Dos estrategias, las de *La Nación* y *Clarín*, para marcar posicionamientos respecto de disputas en marcha.

PASADO Y PRESENTE

El forjamiento de una identidad nacional, esa “involución de las tradiciones”, requiere de “(...) un conjunto de prácticas normalmente regidas por reglas aceptadas abierta o implícitamente y de naturaleza simbólica o ritual que buscan inculcar ciertos valores y normas de comportamiento por repetición, lo cual automáticamente implica una continuidad con el pasado”²⁶. Un grupo de avisos del Bicentenario tematizaron esos vínculos a través de diversos procedimientos retóricos sostenidos centralmente en el gesto autocelebratorio.

La autorreferencialidad respecto de la fecha de inicio de un emprendimiento, empresa o institución impone un valor desde el paralelismo construido con el aniversario patrio. La institución queda ungida en una posición por la que “algo de lo patriótico le derrama”²⁷ a la vez que introduce una presunción: “ser es hacer”. Ese ser es el que acerca una definición sobre la identidad nacional. Cualquier declinación hacia una inmanencia o esencialidad de los valores que definen lo patriótico queda resignificada a partir de prácticas concretas y temporalmente emplazadas en las instituciones que van alimentando a lo largo de su propia historia, su lectura respecto del pasado y del presente.

En otro recorrido, la identificación visual del Banco de Galicia (Figura Nº 4) incorporó históricamente el nombre del banco y el motivo de la cruz de Galicia. El aviso expone la evolución del diseño de la cruz desde 1905 hasta la actualidad. Pero en la serie sólo se presenta el isologo completo del vigente en 2010 que incluye una versión estilizada de la cruz y la denominación Galicia, a secas. Ha desaparecido la palabra Banco. La operación de borramiento sobre la índole de la institución parece construir, por un lado, la confianza en la pregnancia progresiva del Banco y de su imagen dentro de la vida argentina: “Banco Galicia, cada día más parte de la historia de nuestro país”. El aviso cierra con un subrayado que retoma parte del título: “Cada día más”. Pero por otro lado, como síntoma, el borramiento del nombre parece saldar simbólicamente el efecto de los fragmentos que dejó la crisis económico-institucional del 2001 y que implicó un enorme des prestigio para el conjunto de las instituciones bancarias. Más allá de su intención, la institución se suma a la celebración con sus MÁS, pero también con sus menos. El balance parece estar completo.

En otro de los ejemplos Zanella (Figura Nº 5), empresa fabricante de motocicletas, construye su ligazón con el pasado en dos movimientos. El primero se traza a partir de su propia historia. Sus “62 años a favor

de la industria nacional” aparecen figurados en una sucesión de ilustraciones que en su transformación muestran la evolución técnica del producto. El segundo, remite al tiempo largo de la historia; la fotografía de una motocicleta de última generación se recorta sobre la textura del paño desgastado de nuestra bandera. Como signo, la fotografía captura todas las marcas del referente y actualiza nuestra experiencia con la realidad. Por lo que en el contrapunto entre fotografía e ilustración, la fotografía se queda con el tiempo situado, mientras que la ilustración remite a un tiempo ilusorio. El juego visual orienta todo su sentido hacia una institución que viene del pasado y se asienta en el presente. Zanella también había publicado un aviso celebratorio en el Sesquicentenario (Figura Nº 6). La pieza ligaba 1810 y 1960 a través de una elipsis que iba del detalle ilustrado de una carreta, al detalle ilustrado de una motocicleta. Aunque la continuidad entre avisos de dos épocas separadas por un lapso de cincuenta años difícilmente pueda ser leído como dato empírico y sólo se puede reconstruir desde el análisis, marca un cierto estilo de intervención comunicacional de las instituciones en general, y de Zanella en particular.

Por su parte, la Fundación Favaloro (Figura Nº 7) asoció el perfil de su fundador, el Dr. René Favaloro²⁸, a la del héroe máximo y libertador de América, Gral. José de San Martín. La continuidad histórica se construye como espíritu que puede trascender el tiempo porque encarna en figuras prototípicas y se asienta en un orden legitimador y naturalizante aunque escasamente humano, que vela la pregunta sobre las acciones y los procesos objetivos del pasado y del presente.

DISCURSO PROGRAMÁTICO

Un conjunto de piezas buscaron describir sus propias acciones destinadas a algún segmento de la población. Sobre el efecto general de sentido que parece asentarse en el carácter ejemplar y modélico de las

instituciones asoma su orientación hacia el receptor, destinada a provocar algún tipo de acción o, al menos, construir un compromiso moral de acompañamiento de las iniciativas. El discurso, a la vez que fija rumbos, construye comunidad.

El Proyecto Escuelas del Bicentenario²⁹ realizó un balance de su gestión y convocó a trabajar colectivamente bajo el título "Juntos por la Educación". Se trata de una iniciativa conjunta de empresas privadas y del Estado, vigente desde 2006, para trabajar en el diseño de políticas que eviten la exclusión de los niños del sistema educativo. El cierre del aviso menciona a "argentinos y argentinas" como marca de validación de las reivindicaciones de género sobre la lengua.

Uno de los pocos avisos de comunidades de origen extranjero publicados en ocasión del Bicentenario fue el de la comunidad alemana³⁰. Se construyó integrando tres núcleos: su Embajada, la Cámara Argentino-Alemana y la Comunidad Argentino Alemana misma. Otra vez aparece el balance de acciones entre las que destacan la formación de una Asociación Argentino Alemana de Ciencia y Tecnología destinada a realizar importantes inversiones. El refrendamiento simbólico del compromiso con el país se construye a través del logotipo que sobre el número 200 unifica los colores de las banderas argentina y alemana. El título que denomina el aviso, "*Unite a los festejos*", conduce a la página WEB homenaje: www.caabicentenario.com.ar y como en una sucesión de reenvíos, el aviso cierra con una premisa que retoma uno de los términos del título: "*Nos une la gente*". La repetición construye imbricación, enraizamiento. El logotipo de la Comunidad Argentino Alemana estará presente también en los avisos alegóricos por el Bicentenario de las empresas alemanas Mercedes-Benz y Agfa (Figura N° 8). Y como marca sobre el espacio urbano que reconfigura el espacio simbólico construyendo discursivamente cercanía, la Embajada de Alemania organizó también en homenaje al Bicentenario, una muestra al aire li-

bre denominada; "Argentina y Alemania en el Caleidoscopio". En las imágenes fotográficas exhibidas se oponen y se complementan motivos como los de los jugadores de fútbol Maradona y Beckenbauer; el asado argentino y la "currywurst" (la típica salchicha alemana); los alfajores y las berlinesas; el Obelisco y el Brandenburger Tor; los humoristas gráficos Loriot y Quino y las ceremonias sociales del "Kaffeekränzchen"³¹ y del mate.

También la Embajada del Libano se asoció a los festejos, recuperando la condición de inmigrantes de sus paisanos y su aporte al país, motivo tradicional del relato histórico sobre la construcción de la Argentina pero, paradójicamente ausente en los discursos publicitarios del Bicentenario.

Por otro lado, el grupo asegurador La Segunda (Figura N° 9) publicó un único aviso referido al Bicentenario; pero se trata apenas de una acción comunicacional más dentro una campaña general que había iniciado en 2005. Bajo la consigna de la creación de "*una Argentina mejor*", "*la Segunda Argentina*", comenzó a desarrollar un conjunto de actividades culturales, educativas y solidarias de compleja enumeración por su cantidad y diversidad. A partir de 2008 comienza a difundir el ciclo televisivo del mismo nombre y el día 22 de mayo de 2010 sella su compromiso por nuevos valores éticos y solidarios para la Nación con un concierto multitudinario en el Monumento a la Bandera, en la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe, lugar de origen de la empresa³².

El aviso-homenaje convoca al protagonismo para el crecimiento, pero sustentado en valores de convivencia en paz. En la fotografía central niños, hombres y mujeres jóvenes y de mediana edad componen con sus remeras celestes y blancas la bandera argentina. Cada remera porta una ilustración y una palabra: solidaridad, justicia, respeto, honestidad, responsabilidad, diálogo, compromiso. Pero son las ilustraciones las que anclan el sentido y lo tornan concreto y situa-

do: la prudencia remite al semáforo y a la seguridad vial; la responsabilidad, al cuidado de un brote y a la preservación del medio ambiente; la justicia a una balanza y al fortalecimiento de sus instituciones; el compromiso, a una mano pequeña incluida en una grande, como defensa de los desposeídos y los más débiles.

RUPTURAS CREATIVAS

Una empresa presente tanto en el Sesquicentenario como en el Bicentenario fue Mercedes-Benz. Aquel aviso del Sesquicentenario homenajeaba a los hombres de Mayo proyectando la ilustración del logotipo de la empresa sobre un globo terráqueo. La figura parecía construir la idea de confianza en la progresividad del mundo moderno; de impulso de la potencia nacional hacia un mundo globalizado. La pieza del Bicentenario, en cambio, puede ser leída en clave de espectacularización por el fuerte efecto de construcción de la imagen, de virtualización. Se trata de una composición fotográfica homogeneizada por tonalidades azules y grisáceas que edifican un ambiente tormentoso y, a la vez, irreal. Un ómnibus con fuelle de la marca Mercedes Benz aparece frente al Cabildo de la ciudad de Buenos Aires, escenario de la acción revolucionaria de 1810. La referenciación temporal-espacial aparece como sustracción. Se trata de un espacio compartido, pero lo que se percibe como falta es el efecto de disolución de un tiempo continuo. Las marcas materiales aparecen como una operación constructiva donde no se distinguen las costuras: la imagen mixtura el presente y el pasado, pero el efecto general es de destemporalización. El aviso de Mercedes Benz del Sesquicentenario proyectaba una orientación que se expandía en el espacio y en el tiempo. El del Bicentenario, en cambio, nos ubica en un ámbito inestablemente contextualizado: en parte sabemos dónde estamos; en cambio, no sabemos hacia dónde vamos.

Otra pieza, la de la empresa de calzado deportivo

Topper (Figura Nº 10), propone un deslizamiento creativo por el que el espacio gráfico se organiza como espacio de exposición de la intervención sobre un par de zapatillas infantiles, a cargo de la artista conceptual Nora Iniesta. Irrumpe algo diferente en la propuesta del género *aviso celebratorio*, probablemente asentado en el equilibrio entre registro patriótico y dimensión persuasiva del aviso comercial. El movimiento comunicacional de la empresa construye tributo, sin subordinación. Además, la creación de Iniesta acompaña la iniciativa de la empresa Topper para declarar al fútbol “nuestro deporte nacional”, para lo que ya lleva recolectadas cientos de miles de firmas.

En otra pieza, la firma de ropa femenina Akiabara (Figura Nº 11) trabajó lo patriótico como cita, presente en la vestimenta de una modelo ataviada con detalles de reminiscencia colonial. En el aviso no aparece ningún texto, sólo la firma de la institución emisora. La moda, siempre fugaz, se hace cargo de una huella de época. La asociación entre elementos del presente y del pasado nos impone una contemplación que nos motiva a pensar “el presente que ya no puede imaginarse como entendido; que nunca se manifiesta como el esperado, sino como heterogéneo y múltiple³³.

Por su lado, el aviso de Abasto Shopping (Figura Nº 12), uno de los paseos de compras más importantes y masivos de la ciudad de Buenos Aires propone, desde su factura visual y desde la actividad misma a la que convoca, una versión ensamblada de la identidad nacional, pero definida desde las industrias culturales³⁴. El rock, el fútbol, el tango, la literatura y la música del siglo XX son prácticas que se asocian y definen la vida urbana. El Abasto, edificio emblemático decó de la ciudad de Buenos Aires de grandes arcos que definen su perfil, funcionó como mercado mayorista y comunitario de carne, frutas y verduras hasta la década del 80. Fue un símbolo de la porteñidad, asociado al mito de Gardel, y en cuyo derredor se gestó un universo cultural de gran riqueza expresiva. Los cambios

en la reglamentación del uso del espacio urbano y las nuevas tendencias de comercialización reconvirtieron en palacio del consumo el antiguo Mercado³⁵. La iniciativa de Abasto Shopping para el Bicentenario busca asociarse al festejo a través de una reactualización de su propio lugar en la vida de la ciudad. No abandona su condición de centro de compras; pero si el movimiento habla de estrategia empresaria, también postula la fuerza de las tradiciones para seguir nombrando una vida en común que no quiere ser amputada.

AVISOS DE GOBIERNO

La novedad dentro de la serie de avisos del Bicentenario se vinculó, quizás, a cierta eficacia del logotipo oficial del Bicentenario argentino, condensación de la bandera con el sol y la escarapela argentina que fue retomado por distintas empresas e instituciones privadas, además de las públicas. Esa eficacia refiere a un efecto general de sentido por el que, en su multiplicación, el logotipo le dio presencia al evento y probablemente construyó una cierta identidad respecto del Bicentenario, en sí mismo, y una proyección institucional respecto del gobierno nacional.

Entre las empresas e instituciones que incorporaron a sus comunicaciones el logotipo del Bicentenario estuvieron: colchones Simmons y La Cardeusse; insulmos fotográficos Agfa; Oblak, fabricante de puertas y ventanas; la empresa de venta de pasajes aéreos on line Despegar.com; Asociación Fabricantes Artesanales de Helados y Afines; Fundación Favaloro; la organización de Derechos Humanos Madres de Plaza de Mayo; el Sindicato de la Construcción de la República Argentina; Aerolíneas Argentinas; la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires (Figura N° 13), la provincia de San Juan y el Municipio de Morón (Figura N° 14), entre otras.

En algunos de esos casos, las instituciones mantienen alineamientos explícitos con el gobierno nacional

por afinidad política, como las Madres de Plaza de Mayo, o por pertenencia administrativa, como Aerolíneas Argentinas. Las Madres de Plaza de Mayo (Figura N° 15) inscribieron su propio logotipo, el pañuelo blanco, dentro de la imagen oficial del Bicentenario. Esta imagen acompañó la nutrida agenda de actividades con la que las Madres se asociaron a la celebración. En esa simbiosis que remite a lo *uterino*, se consolida un vínculo entre Estado y sociedad civil a través del cuál se comienza a saldar una deuda respecto del legado de vida de parte de una generación diezmada por el Terrorismo de Estado.

Sobre la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, el uso del logo oficial generado por el gobierno nacional tiene la particularidad de que aparece identificando a una institución dirigida por una fuerza política de signo opositor. El Municipio de Morón, por su parte, capturó un detalle del logo del Bicentenario y reformuló el suyo propio desde la estética del Bicentenario, construyendo un campo de coincidencias gráfico-discursivas.

El Gobierno Nacional generó pocas piezas gráficas para comunicar los festejos del Bicentenario en los diarios. Se trató de un aviso base sobre un fondo blanco que soportaba el logo y el lema: "Fuimos capaces. Somos capaces" y un juego de pesos en las tipografías del texto "200 años, Bicentenario Argentino" (Figura N° 16), que replicaba las franjas de la bandera nacional. La pieza se impone por su sobriedad, quietud y organización.

Los otros avisos se proyectaron sobre una estructura modular que se iba modificando en función del programa de actividades o del tipo de anuncio (Figura N° 17). La serie se caracterizó por la limpieza visual, el orden y la racionalidad compositiva, aunque el carácter normalizado del diseño imponía cierta rigidez y contención expresiva. El registro emotivo estuvo puesto en una ondulación que provenía del logo y en el contraste cromático por el resaltado del texto. El orden del conmover reaparece en el lema: "Fuimos ca-

paces. Somos capaces", que busca reivindicar cierto orgullo nacional, cierta valoración por lo propio desde un nosotros inclusivo que genera horizontalidad y acorta la distancia entre el emisor institucional, la Presidencia de la Nación, y el enunciador construido: una voz colectiva que nos interpela desde la motivación. Cuando aparece la interpellación directa es a través del registro del tuteo, con rasgos de humor que buscan complicidad e introducen una persuasión suave, al articular un motivo evocativo del pasado:

"Y como en 1810, que nada nos detenga (...)"

con una referencia concreta al presente, en el que el clima lluvioso amenazaba con empañar la apertura de los festejos:

"(...) Vení, aunque sea con paraguas, a saber de qué se trata".

Los avisos de gobierno del Bicentenario cerraron siempre con el reenvío a la página Web oficial: www.bicentenario.ar. La marca discursiva se construye como invitación a la búsqueda; el recurso tecnológico permite, por un lado, una distribución de la información de "uno a muchos". Pero a la vez, esa "ampliación" de la memoria funciona como dispositivo que permite recorridos más o menos aleatorios, particulares e infinitos y que construye individuación respecto del festejo; un modo personal de acercamiento y contacto con la herencia de la historia que habilita nuevas formas de participación social.

El festejo del Bicentenario reenvía a dos momentos equivalentes de la vida discursivo-política del país: el Centenario y el Sesquicentenario. La Convocatoria al Pueblo de la Comisión Nacional del Centenario, el órgano que se encargó de convocar y organizar desde el Estado todas las actividades vinculadas al evento, fue la única "publicación oficial" que apareció en los

diarios durante los días previos y posteriores al festejo. El aviso, de factura periodística en cuanto a diseño y redacción, utilizó un tono casi imperativo no sólo para propender a la participación popular, sino para orientar su significado:

"Las patrióticas solemnidades de estos días (...) celebrerían del ambiente democrático en que nació y se desarrolló la revolución de mayo de 1810, si el pueblo todo, gobernantes y gobernados, no se congregasen en imponente manifestación cívica para demostrar unidad de sentimiento (...)", mientras construía un espacio ideal de convivencia entre "gobernantes y gobernados".

La comunicación de los festejos oficiales del Sesquicentenario, en cambio, estuvo organizada en varias series integradas bajo el título *Celebración del 150º Aniversario de la Revolución de Mayo*, con firma de la Comisión Nacional Ejecutiva. La mayoría de las piezas presentaban un texto introductorio con una breve definición sobre el carácter del festejo y la organización. Otras, eran pura imagen. La composición de los avisos incluía gráficas futuristas combinadas con motivos patrios: la asociación construía por contigüedad un efecto de proyección entre un origen nacional y un destino que se imprimía sobre el mundo del trabajo y la ciudad moderna. El contenido gráfico era de gran fuerza expresiva pero además, lo que aparecía plasmado como "sueño de un cierto orden regulador de lo social"³⁶, estaba reforzado compositivamente por la estructura de la página en la que texto e imagen funcionaban como un continuo que organizaba el recorrido de lectura a través de las columnas del diario. La prensa funcionaba como institución significante al instituir un vínculo con lo nuevo, desde su propia lógica compositiva.

El Sesquicentenario mantuvo un conjunto de significaciones que se habían iniciado en el Centenario y

que continuaron como motivos germinales del aviso celebratorio del 25 de Mayo. Sin embargo, para los 60, había desaparecido el actante que construyó el primer peronismo y que se podía condensar en la figura del "descamisado"³⁷, mientras que el signo de apertura respecto de lo nuevo, de lo moderno, no estaba dado en los límites de una definición de un país, sino de un mundo conectado e interdependiente.

Respecto de la participación popular en las calles y los modos en los que esa participación fue presentada desde la comunicación oficial y gran parte de la prensa, el Centenario se caracterizó por su condición tipificadora: en las calles estaban los estudiantes, los soldados o las colectividades. Cuando se convocó la figura del pueblo –el diario *El País* (25/05/1910) describe un Buenos Aires “loco. Única palabra que puede dar, por lo menos, una idea aproximada, del grado de entusiasmo con que el pueblo, sin distinción de sexos, ni edad festeja el aniversario (...)”–, la sinécdote dejaba afuera a quienes en la periferia del centro histórico-co-institucional participaban del homenaje a partir del “reparto de ropas y víveres” (*La Nación*, 25/05/1910).

Sobre los festejos populares por el Sesquicentenario, Gradin (2010)³⁸ afirma que fueron un fracaso en su concepción y organización. La falta de publicidad oficial habría sido la causa del escaso interés que mostraron empresas y gobiernos por colaborar y su efecto, la pobre participación popular. La exposición por los 150 años de la Revolución de Mayo se realizó en la zona de Retiro y funcionó bajo el lema: “Argentina en el tiempo y en el mundo”. La exposición, con pretensiones prospectivas, fue definida por el arquitecto Juan Molina y Vedia como “un montón de ‘juguetes gigantescos’, a los que muy pocos visitaron.”

Por su parte, la comunicación oficial del Bicentenario a partir de la consigna “Fuimos capaces, somos capaces”, fue más que nada una invitación al protagonismo de un actor social que no aparecía definido, pero que encarnó en el acto de ocupar la calle durante

los festejos. En algún sentido, el círculo virtuoso de la comunicación, esa utopía que formula Breton³⁹, se concretó en la participación de millones de personas que quisieron “hacerse presentes” para compartir en paz una fiesta en comunidad.

La convocatoria oficial del Centenario construyó un discurso solemne que imponía jerarquía y sujeción respecto del modo de celebrar. El Sesquicentenario habló de una utopía social, pero sin interpelar a los hombres y mueres de carne y hueso. Los avisos del Bicentenario apelaron a un registro cotidiano que, sin perder de vista la dimensión celebratoria, construyó cercanía. El lema buscó reflotar cierto orgullo nacional herido, uniendo “las puntas de un mismo lazo”⁴⁰: los de un pasado y un presente que aparecen incoyertos y que necesitan ser suturados. Pero además, la proposición deja en suspenso la proyección sobre el futuro, por lo que impone un espacio sin coerción ni sobrepromesa para imaginar (lo) el porvenir. Como contrapunto, los cuadros artísticos del Desfile Central del Bicentenario en la ciudad de Buenos Aires, tuvieron el mérito de proponer un relato histórico que –más allá de la clausura que impone todo registro histórico como forma de interpretación de la realidad– funciona siempre como modo de inscripción de los sujetos en un tiempo-espacio semiotizados, para poner en palabra las diferencias y preservarnos de la violencia y de la desintegración social.

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y BICENTENARIO

El recorrido por los avisos conmemorativos del Bicentenario permitió acompañar las formas más artísticas del aviso –aquellas que contradicen lo dado para conectarnos con lo evocativo, lo irreverente, lo paródico o lo misterioso–; reconocer géneros y estilos fuertemente argumentativos que activan el debate público; o detectar los registros más elementales de retorización en los que, por ejemplo, a un texto destinado centralmente a vender un producto lo adorna

una cinta patria

La comunicación institucional, mientras asume la palabra para sentar posición respecto de su propia identidad, nos inscribe en una trama simbólica que construye vínculo y activa relatos. Son esos relatos los que nos permiten dar significación a nuestra experiencia temporal. No tenemos otra forma de concebir y representarnos el pasado. Y en el cruce entre comunicación institucional y discurso histórico surge un género original: el aviso conmemorativo. Al entremezclarse en este tipo de texto distintas series de lo social, los resultados pueden ser empobrecedores en lo que se refiere a cierta condición ideal que, pareciera, debe guardar toda apelación a lo patriótico. Esto es, la de activar la comprensión sobre las condiciones de la historia y la de edificar comunidad. Sin embargo, “la capacidad interpeladora de los discursos, su fuerza emancipadora, no proviene de una condición inmanentista sino de su temperamento para hacernos involucrar activamente en los procesos de reflexión sobre las construcciones colectivas”⁴¹.

Pero como lectura necesariamente parcial de sus efectos, la comunicación institucional del Bicentenario argentino pareció funcionar como vía de un momento de inflexión, respecto de un clima de época. Los festejos mostraron que era posible resignificar el espacio público en contra del mensaje desmovilizador y estigmatizante sobre la violencia, el delito y la inseguridad ciudadana como únicos prismas para pensar los problemas de nuestra sociedad. Y dejó abierto un espacio de participación, como condición necesaria para la densificación del debate democrático.

NOTA

Los avisos han sido retocados para eliminar marcas del proceso de reproducción, pero se han respetado proporciones y contrastes. Todos los avisos originales son en color, menos la Figura N° 6 Zanella, y la Figura N° 13 Legislatura Porteña. Todas las piezas presenta-

das han sido publicadas en otros diarios y en distintas fechas, además de las mencionadas.



Figura N° 1: Bagó
Clarín 22/05/10

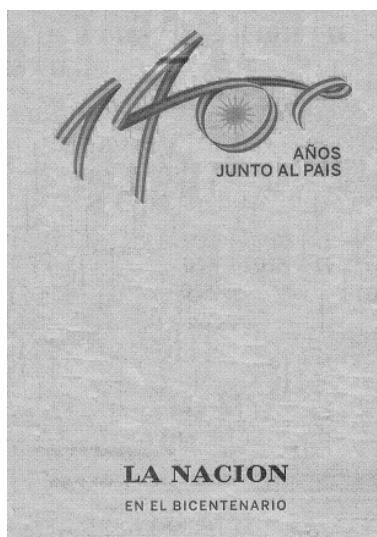


Figura N° 2: La Nación
La Nación 24/05/2010

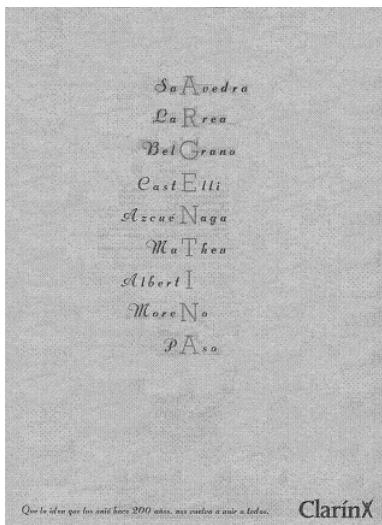


Figura N° 3: Clarín
Clarín 23/05/2010

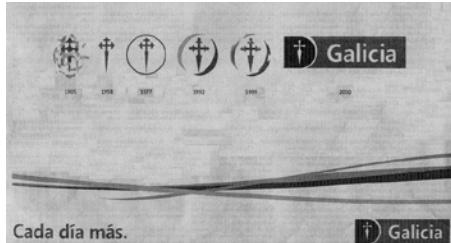


Figura N° 4: Banco Galicia (fragmento)
Clarín 25/05/2010



Figura N° 5 Zanella
Clarín, 25/05/2010



Figura N° 6: Zanella
La Nación 25/05/1960

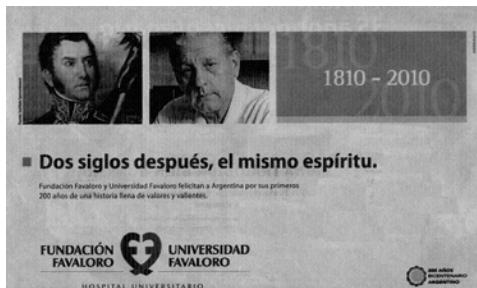


Figura N° 7: Fundación Favaloro

Fundación Favaloro y Universidad Favaloro felicitan a Argentina por sus primeros

200 años de una historia llena de valores y valientes.

FUNDACIÓN
FAVALORO



UNIVERSIDAD
FAVALORO

HOSPITAL UNIVERSITARIO

200 AÑOS
BICENTENARIO
ARGENTINO

Figura N° 7: Fundación Favaloro

Clarín 23/05/2010



Figura N° 8: Agfa.

Clarín 24/05/2010



Figura N° 9: La Segunda

Clarín 25/05/2010



Figura N°10: Topper

Clarín 25/05/10



Figura N° 11 Akiaabara

Clarín 22/05/2010

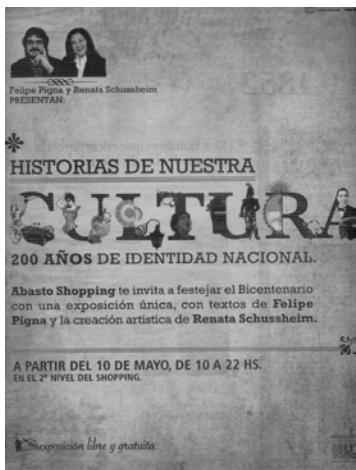


Figura N° 12: Abasto Shopping
Clarín 25/05/2010



Figura N° 14: Municipio de Morón
La Nación 24/05/2010



Figura N° 13: Legislatura Porteña
Página/12 21/05/10



Figura N° 15: Madres de Plaza de Mayo
Página 12 22/05/2010



Figura N° 16: Fuimos capaces. Somos capaces.
La Nación 24/05/2010



Figura N° 17: Paseo del Bicentenario (Fragmento)
Clarín 23/05/2010

NOTAS

1. BAJTIN, M., *Estética de la creación verbal*, México: Siglo XXI, 1982, en Steinberg, Oscar, *Semiótica de los Géneros Contemporáneos*, Buenos Aires: Atuel, 1993.
2. TRAVERSA, O., *Cuerpos de Papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*, Barcelona: Gedisa, 1997.
3. JAKOBSON, R., "Lingüística y poética" en *Ensayos de lingüística general*, Barcelona: Seix Barral, 1975
4. GREIMAS, A. J., *Semántica Estructural*, Madrid: Gredos, 1966.
5. CALETTI, S., "Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura" en Boletín Biblioteca Congreso de la Nación, Edición Nº 123, Buenos Aires: Biblioteca Congreso de la Nación, 2007.
6. METZ, Ch., "El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil?" en *Lo verosímil*. AAVV. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1978.
7. AGAMBEN, G., *Che cos'è un dispositivo?*, Roma: Nottetempo, 2006.
8. GREIMAS, A. J. y COURTÉS, J., *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid: Gredos, 1982.
9. Semiosis social como dimensión significante de los fenómenos sociales, en tanto procesos de producción de sentido en VERÓN, E., *La semiosis social*, Buenos Aires: Gedisa, 1993.
10. En FINOL, J., "Globalización y cultura: estrategias simbólicas y vida cotidiana" en *Revista de Ciencias Sociales*, Vol. 12, Nº 3, Maracaibo: Instituto de Investigación, Universidad de Zulia, 2006.
11. SZNAIDER, B., "Del Centenario al Bicentenario: El Concepto de Nación en avisos institucionales sobre el 25 de Mayo". Buenos Aires: Informe de Investigación. Biblioteca Nacional, 2009. En prensa.
12. Durante los años de censura que impuso la última dictadura militar en la Argentina también aparecieron algunas solicitudes que, por las condiciones excepcionales de la época, se convirtieron en verdaderos actos de resistencia. Por ejemplo: "Héctor Hidalgo Solá. Un año después", diario La Prensa, 18/07/1978, firmada por su familia a un año de su secuestro en Buenos Aires, cuando ejercía como embajador en Venezuela. en BLAUSTEIN E. Y ZUBIETA M., Decíamos ayer: la prensa argentina bajo el Proceso. Colihue, Buenos Aires, 1998.
13. Entre otros, Ombudsman del Pueblo de la Nación, Resoluciones e informes sobre Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable. Disponible en www.dpn.gob.ar/areas.php?ms=area3, visitado el 04/06/10
14. Algunas referencias sobre el tema: Abal Medina, Juan Manuel, "Crisis y recomposición del Estado" para Revista argentina de sociología, Buenos Aires, 2006, Vol. 4 Nº 7. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482006000200006, visitada el 13/09/10.
15. Su actual estadio, el "Monumental", también se inauguró un 25 de mayo de 1938, aunque el dato no figura en el aviso. Disponible en <http://www.riverplate.com/news/47-historia-del-estadio-monumental-river-plate-argentina.html>, visitada el 4/06/10.
16. Bajo cuya fuerza se moldeó un tipo de sindicalismo de fuerte preeminencia, todavía, en la Argentina.
17. José A. Martínez de Hoz fue ministro de Economía del llamado Proceso de Reorganización Nacional durante el período más álgido de esa dictadura (1976-1981). Su política implicó un proceso estructural de reconversión económica que destruyó gran parte de la industria nacional y que requirió la aplicación de un enorme dispositivo de disciplinamiento social que dejó miles de desaparecidos, muertos, detenidos y exiliados, además de índices de pobreza y de desocupación dramáticos. Sólo unos días antes de la fecha del Bicentenario, la Justicia argentina le había dispuesto la prohibición de salida del país y su traslado a un establecimiento carcelario en razón de la investigación por su participación en el caso de los empresarios Gutheim, que en 1976 fueron "obligados" a negociar con una firma extranjera mientras estaban en la cárcel, donde los había confinado el gobierno militar. Goodbar, Walter, "Joe el cazador implacado", Buenos Aires, 2010. Disponible en www.waltergoobar.com.ar, visitada el 09/05/10.
18. Se trata de una forma figurada a través de la que gran parte de la oposición política y de los medios buscaron dimensionar el rol del ex presidente Néstor Kirchner durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, en una operación discursiva en la que al poner en cuestión su condición femenina, construyéndola como subalterna, que buscaba debilitar la imagen de la Presidenta ante la opinión pública.
19. Campaña que precedió y sucedió a la pieza publicada durante el Bicentenario.

20. Como señala Mónica Giarraca, "el término no se refiere solamente al predominio de un cultivo sino a la lógica subyacente de la expansión agrícola. Esta lógica –la de los agronegocios– está enfocada casi por completo hacia los mercados externos". En "El Costo humano del modelo sojero", Regional Latinoamericana de la Unión Interamericana de Trabajadores de la Alimentación (Rel-UITA). Buenos Aires: 2007. Disponible en www.rel-uita.org/sociedad/costo_del_modelo_sojero.htm, visitada el 20/06/10.
21. La Mesa de Enlace reúne a las cuatro principales asociaciones agropecuarias de empresarios: Sociedad Rural, Federación Agraria Argentina (FAA), Confederaciones Rurales Argentinas (CRA) y CONINAGRO, organizaciones que se autoconvocaron en marzo de 2008. A pesar de provenir de distintas tradiciones políticas y gremiales y de representar intereses muchas veces enfrentados, promovió una sucesión de paros agropecuarios contra las retenciones móviles a las ganancias extraordinarias que el gobierno de Cristina de Kirchner –en sus primeros meses de gestión–, quería imponer a los cultivos de soja, girasol y trigo. El largo conflicto significó un realineamiento que terminó consolidando a una oposición política, pero también social, y que tuvo en los medios de comunicación –en particular la televisión– a uno de sus actores principales como constructores y visibilizadores de las gramáticas que acompañaron la producción de discursos en pugna. Sobre el tema: Cingolani, Gastón y Fernández, Mariano, "Televisión y política: espacio público, puestas en escena y régimenes de visibilidad". Oficios Terrestres, Año N° XVI N° 25, La Plata: EPC, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2010.
22. Discurso de Inauguración de la 124º Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria, Julio de 2010. Disponible en www.hombresdecampo.com, visitada el 15/09/10.
23. Son los dos principales diarios de la Argentina. La Nación, fundado en 1870 por Bartolomé Mitre, militar, escritor y presidente de la República (1862-1868). Clarín, fundado por Roberto Noble en 1945. En su diario tuvieron fuerte predominio las concepciones del desarrollismo. En Ulanovsky Carlos, Paren las rotativas, Buenos Aires: Espasa, 1997.
24. Coalición por una Radiodifusión Democrática, "21 puntos por el derecho a la comunicación", Argentina. Disponible en: www.coalicion.org.ar visitada el 17/09/10.
25. (...) Será tribuna de doctrina", STEIMBERG, O., "Utopías periodísticas: el uno, el otro y el espejo", Medios y Comunicación N° 20. Buenos Aires: 1982.
26. STEIMBERG, O. y Traversa, O., Estilo de época y comunicación mediáticas, Buenos Aires: Atuel, 1997.
27. HOBSBAWM, E. y TERESE R., The invention of Tradition, Cambridge/New York: Cambridge University Press, 1982.
28. SZNAIDER, B. (*ibidem*)
29. Favaloro se inició como médico rural y se destacó por desarrollar un conjunto de técnicas destinadas a la cirugía de corazón que le valieron prestigio internacional. Esa deriva entre científico y médico del pueblo lo acompañó hasta su fallecimiento por suicidio, agobiado por enormes deudas que había adquirido su centro asistencial, producto de políticas erráticas del sistema de salud argentino en su conjunto. Su muerte ha sido resignificada como sacrificio destinado a visibilizar las lacras del sistema. Disponible en: www.fundacionfavaloro.org, visitada el 08/04/2010.
30. Disponible en: www.ebicentenario.org.ar, visitada el 02/10/2010.
31. Es el momento social de la tertulia. Diccionario Español Alemán Océano - Compact. España, Ed. Océano, 2007
32. Disponible en www.lasegunda.com.ar, visitada el 02/10/2010.
33. STEIMBERG, O., "Moda y estilo a partir de una frase de Walter Benjamin", Designis N° 1, Buenos Aires: FELS Gedisa, 1999.
34. Los participantes de la iniciativa, el historiador Felipe Pigna y la artista plástica Renata Schussheim son casos paradigmáticos de intelectual y creadora que oscilan entre la producción para la industria creativa y para la industria cultural.
35. CASSANO, S., "Transformación de un espacio urbano: El caso del Mercado de Abasto de Buenos Aires". Annales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid, N° 21, Madrid, 2001.
36. SZNAIDER, B. (*ibidem*)
37. Para Gené M. (2005) se trató de una figura que imponía tanto ruptura como continuidad respecto de la historia nacional, por la que "se erigía imaginariamente en heredero de aquellos otros héroes de la gesta emancipadora de 1810", a la vez que su identidad e imagen encarnaba simultáneamente en el trabajador industrial o manual, en hombres y mujeres de cualquier edad o "simplemente en los 'pobres de Evita' " en Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955, Buenos Aires, FCE-Universidad San

Andrés.

38. Gradim, Carlos: "El futuro no llegó" Suplemento Radar, Página 12, Buenos Aires, 12/09/2010. Disponible en www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-6462-2010-09-12.html, visitada el 01/12/2010.

39. BRETON, P.: *La Utopía de la Comunicación*, Buenos Aires: Nueva Visión., 2000.

40. Del tema "Yo vengo a ofrecer mi corazón" del músico rosarino y referente del rock nacional, Fito Páez, quién cerro los actos por el Bicentenario en la ciudad de Buenos Aires.

41. SZNAIDER, B. (*ibidem*)

Registro Bibliográfico

SZNAIDER, Beatriz

"Bicentenario. Pliegues de la Argentina en sus avisos institucionales" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 16, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2012.

RECIBIDO: 09/06/2011

ACEPTADO: 13/08/2011