RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Koziner, Nadia Sabrina

La prensa económica y el debate sobre los medios : análisis de la cobertura informativa del proceso de discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Ámbito Financiero y El Cronista Comercial þÿ(marzo octubre de 2009). ...

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Koziner, N. S. (2018). La prensa económica y el debate sobre los medios. Análisis de la cobertura informativa del proceso de discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Ámbito Financiero y El þÿCronista Comercial (marzo octubre de 2009). (Tesis de doctorado). Bernal, de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/836

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad Nacional de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Koziner, Nadia Sabrina, Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto,
Noviembre del 2016, pp. 363,
http://ridaa.unq.edu.ar,
Universidad Nacional de Quilmes, Secretaría de Posgrado,
Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas

La prensa económica y el debate sobre los medios. Análisis de la cobertura informativa del proceso de discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* (marzo-octubre de 2009).

TESIS DOCTORAL

NadiaSabrinaKoziner

nadiakoziner@gmail.com

Resumen

En octubre de 2009 el Congreso argentino sancionó la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) que reemplazó a la centralista, autoritaria y discriminatoria Ley de Radiodifusión N° 22.285, creada durante la última dictadura cívico-militar (1976-1983). La nueva norma implicó un cambio de paradigma en la política comunicacional argentina, pues puso en cuestión la relación entre los objetivos políticos, socioculturales y económicos que las políticas de comunicación había venido forjando durante los últimos treinta años. Propuso, así, una nueva concepción de 'interés público' en la regulación en la materia.

El proceso de discusión y aprobación de la Ley ocupó un lugar relevante en las agendas política, mediática y pública, aunque fue interpretado desde encuadres particulares que emitieron diagnósticos, hicieron evaluaciones y establecieron prescripciones respecto del caso. Atender a los modos en que el asunto fue definido y debatido en los medios de comunicación cobra importancia por dos motivos: en primer lugar, involucró los intereses del campo que los propios medios integran. Segundo, estos son considerados co-productores públicamente relevantes de la realidad social, por lo cual contribuyeron en la construcción de los relatos del debate alrededor de la Ley y de los objetivos que persiguió.

En ese contexto, el objetivo general del presente trabajo es analizar el tratamiento noticioso que los diarios *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, especializados en economía y finanzas, hicieron de proceso de discusión y sanción de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual entre marzo y octubre de 2009. En términos específicos, la Tesis se propone: **1)** Examinar la relevancia informativa que cobró el debate sobre la LSCA en la prensa económica; **2)** Identificar las dimensiones de *standing* o crédito asignadas a las fuentes de la cobertura noticiosa; **3)** Crear los encuadres específicos de la LSCA; **4)** Analizar la evolución de dichos encuadres; **5)** Indagar en los modos de presentar a los actores que protagonizan la acción relatada; y **6)** Comparar las maneras en que los matutinos estudiados presentan y definen los aspectos puestos en discusión durante el proceso de debate y aprobación de la LSCA.

La base conceptual de la Tesis es el *Framing*, entendido como programa multiparadigmático de investigación de las comunicaciones mediáticas. En este sentido, se trazan líneas de diálogo con los estudios del campo de las políticas públicas de comunicación y se atiende a aspectos de la instancia productiva de los mensajes noticiosos como complemento imprescindible del análisis de los textos.

Abstract

On October 2009, the Argentinean Congress passed the Audiovisual Communication Services Law No. 26,522 (LSCA), which replaced the centralist, authoritarian and discriminatory Broadcasting Law No. 22,285, created during the last civil-military dictatorship (1976-1983). The new Law implied a paradigm shift in Argentina's communications policy because it called into question the relationship between the political, socio-cultural and economic objectives that

communications policies had been shaping over the last thirty years. It proposed, therefore, a new conception of ‘public interest’ in the regulation of the sector.
The process of discussion and passing of the Law settled on the political agenda, the media and the public, although it was interpreted from specific frames that issued diagnoses, made evaluations and established prescriptions regarding the case. Addressing the ways in which the issue was defined and debated in the media becomes relevant for two reasons: first, it affected actors’ interests which belong to the field that the media themselves integrate. Second, media are considered to be publicly relevant co-producers of social reality, so they contributed in building the stories about the debate around the Law and about the objectives it pursued.
In this context, the overall objective of this work is to analyze the news coverage that two newspapers specialized in economic and financial issues, *Ámbito Financiero* and *El Cronista Comercial*, performed on the LSCA, from March to October 2009. Specifically, this Thesis attempts to: **1)** Examine the prominence of the debate on the LSCA in the economic press; **2)** Identify the standing given to the sources of the news coverage; **3)** Create the specific LSCA news frames; **4)** Analyze the evolution of such frames; **5)** Inquire into the ways of presenting the main actors of the reported action; and **6)** Compare the ways in which the newspapers present and define the aspects under discussion during the debate and passing of the LSCA.
The conceptual basis of the Thesis is Framing, as a multiparadigmatic research program of the mass communications. In this sense, lines of dialogue are drawn up with studies from the field of public communication policies and attention is paid to news production as an essential complement to the content analysis.

Directora: Dra. Lila Luchessi

Co-directora: Dra. Natalia Aruguete

A Pablo, siempre.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Agradecimientos

Esta Tesis es la culminación de un arduo, contradictorio y, por qué no, placentero proceso de aprendizaje personal y académico. Los cinco años de dedicación exclusiva a la investigación que conllevó, así como mis estudios de Maestría y Doctorado, fueron posibles gracias a una beca doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), organismo dependiente del Estado argentino. En este sentido, la Tesis es el producto de una política pública que me enorgullece y a la cual espero ser capaz de honrar.

Hubo un grupo de personas que me acompañaron de diversos modos a lo largo de estos años y cuya ayuda me resultó imprescindible para lograr ponerle punto final a este documento. Me gustaría agradecerle especialmente a cada una de ellas.

Mis directoras, Lila Luchessi y Natalia Aruguete, han sido fundamentales. Lila me abrió generosamente las puertas del mundo académico en 2009, cuando recién descubría el gusto por la investigación, y me ha apoyado desde entonces. Su reconocimiento y su plena confianza en mi trabajo han sido pilares fundamentales en este camino y le estaré siempre agradecida por ello.

Me cuesta poner en palabras lo que Natalia ha significado para mí. Me ha guiado paciente y amorosamente en cada etapa de la investigación. Su dedicación, su apoyo, su generosidad y su lectura exigente fueron de vital importancia. También, y no menos trascendente, me secó las lágrimas y me abrazó a tiempo. Su excelencia académica y su compromiso político e ideológico son profundamente admirables e inspiradores. Gracias.

Guillermo Mastrini me ayudó en todo sentido. Sus aportes conceptuales fueron estructurales y su aliento, un impulso necesario. Admiro su trabajo desde que era una estudiante de grado y agradezco haber tenido la oportunidad de contar con el apoyo y el seguimiento de un académico de su talla.

El espacio del Programa “Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina” de la Universidad de Quilmes, dirigido por Martín Becerra y Guillermo Mastrini, y las compañeras y compañeros que lo integran han sido fundamentales para mi formación. Sus críticas y sugerencias a tiempo me permitieron reorientar virtuosamente la investigación de Maestría y redundaron en aportes para este trabajo. Además, Esteban Zunino se prestó a codificar y me leyó con atención y entusiasmo y Bernadette Califano me orientó en los primeros pasos de la Tesis.

Cecilia Vázquez confió en mí como docente y fue maestra, compañera y consejera con quien compartí mis frustraciones cotidianas. Los conocimientos de análisis estadístico aportados por Ramiro Martínez Mendoza fueron clave para el trabajo empírico. Mi gratitud por su paciencia y por la disponibilidad *full time*.

A Emanuel, del periódico *Ámbito Financiero* y a Pablo, de *El Cronista Comercial*, les

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

agradezco su colaboración con el corpus de análisis. Todo habría sido infinitamente más engorroso de no haber contado con su ayuda. Los entrevistados, trabajadores de ambos periódicos, mostraron una enorme disposición y me proveyeron datos sumamente relevantes.

Pablo, mi pareja, fue mi sostén en todo. Toleró dos Tesis en poco tiempo (casi) sin chistar. Se emocionó conmigo cuando la investigación avanzaba y me tranquilizó cuando me angustié.

Fue codificador, atento y agudo lector. También fue chofer, cocinero, cebador de mate y hacedor de cafés con leche. Un compañero de lujo, mi amor.

Mi mamá y mis hermanos, también mis cuñados y mis suegros, debieron soportar mi mal humor, mis lamentos, mis ausencias y mi obstinación. Aun así, son incondicionales. A mi padre le debo mi vocación académica. Lamento con el alma no poder compartir con él los frutos de este proceso de aprendizaje.

Mis amigas y amigos son parte de mi familia. Me mimaron, me contuvieron y me dijeron las palabras justas en el momento adecuado. Además, Fede se convirtió en un codificador experto y me brindó sus servicios técnicos de emergencia cuando la tecnología me abandonó, Wanda y July me ubicaron en tiempo y espacio, Brenda y Amalia me alentaron con entusiasmo y Silvana fue un regalo inesperado en plena elaboración de la Tesis. Gracias.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ÍNDICE GENERAL

1. Introducción 17
Problema de investigación 17
Algunos antecedentes del problema 21
Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación 29
Enfoque conceptual 33
Antecedentes conceptuales del *Framing* 34
El *Framing* como un programa de investigación integral 38
Estrategia metodológica 48
Estructura de la Tesis 51

2. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. "La ley de la democracia" 54
Introducción 54
El primer Gobierno de Cristina Fernández 56
La Resolución 125. Medida económica y conflicto político 59
La demanda de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD) 65
Presentación de un proyecto de ley para los medios audiovisuales y avatares políticos 68
Debate público y parlamentario 72
Los Foros Participativos de Consulta Pública (FPCP) 73
Audiencias públicas y debate parlamentario 75
El capítulo de las "telcos" 77
LSCA, medida de política de comunicación 79
El interés público 82
La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el 'interés público' 92
Valores del 'bienestar político' 94
Valores del 'bienestar sociocultural' 99
Valores del 'bienestar económico' 103
2.5. Conclusiones del capítulo 107

3. Los diarios 109
Introducción 109
La prensa gráfica diaria en la Argentina 112
El periódico, actor político 115
La prensa económica. Una mirada de su historia y su actualidad 118
El Cronista Comercial, "el primer diario de periodismo de negocios de la Argentina" 122
3.4.2. *Ámbito Financiero*, un diario "no convencional" 133
Los periodistas y editores como *gatekeepers* 143
Periodistas y fuentes 148

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

3.6. Conclusiones del capítulo 151

4. El contenido noticioso 160

Introducción. ¿Por qué estudiar los textos? 160

Marco teórico-metodológico 162

Standing o crédito de las fuentes 162

¿Qué son los *frames*? 166

Definición operacional de *framing* 172

La identificación de los *frames* noticiosos 180

El análisis de contenido cuantitativo 184

Diseño de la investigación 187

Unidades de Análisis 187

Universo de análisis 188

Libro de códigos para el análisis de contenido 189

Datos básicos de identificación 189

Importancia del caso 190

Standing 193

Framing 193

Definición del problema 197

Interpretación causal (atribución de responsabilidad) 200

Evaluación moral 201

Recomendación de tratamiento 205

4.2.7. Codificación y fiabilidad 205

Resultados del trabajo empírico 208

Aspectos formales de la información sobre la LSCA. 208

Géneros periodísticos, secciones y autoría de las notas 208

Frecuencia de la información sobre la LSCA 214

Ubicación y disposición de la información 223

Standing o crédito de las fuentes 228

Principales hallazgos del nivel de *standing* en los textos 228

Algunas conclusiones acerca del s*tanding* de la cobertura de la LSCA 254

Los encuadres noticiosos de la LSCA 256

Encuadre ‘Disputa político-institucional’ 261

Encuadre ‘Interés público sociocultural’ 270

Encuadre ‘Interés público económico-empresarial’ 277

Conclusiones del capítulo 286

5. Conclusiones 288

Aportes teórico-metodológicos 293

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Principales hallazgos del trabajo empírico 297
Relevancia informativa de la LSCA en la prensa económica 297
Fuentes de información y *standing* 299
Los encuadres de la LSCA en la prensa económica 300
Tratamiento de los actores 302
Diferencias en las coberturas de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* 304
Limitaciones y nuevas vías de indagación 306

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 329

ANEXO I. Ficha-formulario de codificación de las notas 351
ANEXO II. Elementos de encuadre y variables de los *frames* 'Disputa político- institucional', 'Interés público sociocultural' e 'Interés público económico-empresario' 352
ANEXO III. Listado de notas que integran el corpus 355
ANEXO IV. Listado de entrevistados 363

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ÍNDICE DE SIGLAS UTILIZADAS

7D: 7 de diciembre. Concretamente, alude a la fecha establecida por la Corte Suprema de Justicia Argentina como límite para la adecuación del Grupo Clarín a la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

ABT: Asociación Bonaerense de Televisión

ADEPA: Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas

AFA: Asociación de Fútbol Argentino

AFIP: Administración Federal de Ingresos Públicos

AFSCA: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual

AM: Amplitud modulada

AMBA: Área Metropolitana de Buenos Aires

ARBIA: Asociación de Radios Bonaerenses y del Interior

ARTeAr: Arte Radiotelevisivo Argentino S.A.

ARPA: Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas

ATVC: Asociación Argentina de Televisión por Cable

BO: Boletín Oficial

CABA: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

CADH: Convención Americana de Derechos Humanos

CATIP: Cámara Argentina de Telefonía IP y Comunicaciones Convergentes

CC: Coalición Cívica

CFK: Cristina Fernández de Kirchner

CGT: Confederación General del Trabajo

CIComRA: Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina

CIDH: Comisión Interamericana de Derechos Humanos

CMSI: Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información

CNDC: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

CoFeCA: Consejo Federal de Comunicación Audiovisual

COMFER: Comité Federal de Radiodifusión

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

CONINAGRO: Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada

Corte IDH: Corte Interamericana de Derechos Humanos

CRA: Confederaciones Rurales Argentinas

CRD: Coalición por una Radiodifusión Democrática

CSJN: Corte Suprema de Justicia de la Nación

CTA: Central de Trabajadores Argentinos

DNU: Decreto de Necesidad y Urgencia

ENTel: Empresa Nacional de Telecomunicaciones

ERP: Ejército Revolucionario del Pueblo

FAA: Federación Agraria Argentina

FARCO: Federación Argentina de Radios Comunitarias

FM: Frecuencia Modulada

FPCP: Foro Participativo de Consulta Pública

FPV: Frente Para la Victoria

GC: Grupo Clarín

GdN: Grupo De Narváez

GEN: Generación para un Encuentro Nacional

INCAA: Instituto Nacional de Artes Audiovisuales

INDEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

IVC: Instituto Verificador de Circulaciones

KHz: Kilohertzios

LSCA: Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

MERCOSUR: Mercado Común del Sur

MM-CM: Comité de Expertos en Concentraciones Mediáticas y Pluralismo de la Convención Europea

OEA: Organización de Estados Americanos

OMC: Organización Mundial de Comercio

ONG: Organización No Gubernamental

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ONU: Organización de Naciones Unidas

PASO: Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias

PBI: Producto Bruto Interno

PIDC: Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones

PEN: Poder Ejecutivo Nacional

PGN: Procuración General de la Nación

PJ: Partido Justicialista

PJN: Poder Judicial de la Nación

PRO: Propuesta Republicana

RTA SE: Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado

SADEI: Sociedad Anónima de Ediciones e Impresiones

SCA: Servicios de Comunicación Audiovisual

SIDH: Sistema Interamericano de protección de los derechos humanos

SIP: Sociedad Interamericana de Prensa

SNMP SE: Sistema Nacional de Medios Públicos Sociedad del Estado

SOR: Servicio Oficial de Radiodifusión

SRA: Sociedad Rural Argentina

TeleFe: Televisión Federal S.A.

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación

TDT: Televisión Digital Terrestre

TN: Todo Noticias

UBA: Universidad de Buenos Aires

UCR: Unión Cívica Radical

UNQ: Universidad Nacional de Quilmes

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

AUPro: Alianza Unión Pro

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1. Premisas sobre el *frame* en las investigaciones de *framing*.

Gráfico 3.1. Circulación neta diaria en unidades —de lunes a domingo— de los diarios de mayor tiraje en Argentina 2001-2014.

Gráfico 4.1. El *framing* en el proceso comunicacional.

Gráfico 4.2. Conformación de los *frames* en los textos de las noticias.

Gráfico 4.3. Cobertura de la LSCA según semanas del período (2 de marzo – 30 de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Gráfico 4.4. Cobertura de la LSCA según etapas del período (18 de marzo – 30 de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Gráfico 4.5. Frecuencia semanal de títulos de tapa sobre la LSCA. (1 de marzo al 31 de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

Gráfico 4.6. Acompañamiento gráfico de las notas del "7D". (29 de octubre de 2012 – 4 de enero de 2013). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

Gráfico 4.7. *T*ipo de fuentes en las notas de la LSCA, según etapa (1 de marzo– 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

Gráfico 4.8. Tipo de fuente según tópico (1 de marzo– 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

Gráfico 4.9. Frecuencia de aparición de las fuentes en las notas de la LSCA. (1 de marzo– 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

Gráfico 4.10. Aparición de las fuentes en las notas de la LSCA, según etapas (1 de marzo– 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

Gráfico 4.11. Evolución temporal de los *frames* según etapas del período (1 de marzo– 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

Gráfico 4.12. Presencia de los *frames* 'Disputa político-institucional', 'Interés público sociocultural' e 'Interés público empresario' (1 de marzo– 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 3.1. Portada de la primera edición de *El Cronista Comercial*, 1 de noviembre de 1908.

Imagen 3.2. Portada de *El Cronista Comercial* el lunes posterior a las elecciones legislativas de 2009.

Imagen 3.3. Portada y nota acerca de la denuncia del COMFER a Francisco De Narváez en *El Cronista Comercial*.

Imagen 3.4. Portada de la primera edición de *Ámbito Financiero*, 9 de diciembre de 1976.

Imagen 3.5. Mapa de medios de comunicación en Argentina, según Julio Ramos.

Imagen 3.6. Recuadro de tapa que anuncia la compra del periódico *El Tribuno de Tucumán* por parte del Grupo Ámbito.

Imagen 3.7. Notas de opinión sobre la LSCA en *Ámbito Financiero*.

Imagen 4.1. Tipos de titulares de tapa.

Imagen 4.2. Notas de 'Sección especial'. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.3. Notas de la primera etapa del caso. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.4. Portadas de la segunda etapa del caso. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.5. Portadas de la tercera etapa del caso. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.6. Notas de la cuarta etapa del caso. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.7. Uso de fuentes durante la segunda etapa de la cobertura de la LSCA en *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.8. Aparición del *speaker* 'Empresas o entidades del sector de las telecomunicaciones' en Ámbito Financiero y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.9. Aparición del *speaker* 'Empresas u organizaciones de empresas de medios de comunicación' en *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.10. Aparición del *speaker* 'Empresas u organizaciones de empresas de medios de comunicación' en *Ámbito Financiero*.

Imagen 4.11. Atribución institucional y "sesgo de trastorno de autoridad" en el marco del *frame* 'disputa político-institucional". *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.12. Atribución política en el marco del *frame* 'disputa político-institucional". *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Imagen 4.13. Solución propuesta en el marco del *frame* ‘disputa político-institucional”. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.14. Encuadre ‘interés público sociocultural’. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.15. ‘Solución propuesta’ en el encuadre ‘interés público sociocultural’. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.16. Encuadre ‘interés público económico-empresarial’. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Imagen 4.17. ‘Solución propuesta’ en el encuadre ‘interés público económico-empresarial’. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Paradigmas del *Framing* en comunicación.

Tabla 4.1. Coeficiente de fiabilidad de las variables pertenecientes que integran el *codebook*.

Tabla 4.2. Géneros periodísticos en la cobertura de la LSCA entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.3. Secciones en las que predominan los géneros periodísticos en la cobertura de la LSCA entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.4. Autoría de las notas sobre la LSCA según género, entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.5. Tipo de titulares de tapa en la cobertura de la LSCA entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.6. Fuentes citadas según tópico central de la nota entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.7. Relación entre la evaluación moral de los *speakers* del ámbito gubernamental y la evaluación moral de las notas en la cobertura de la LSCA. 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.8. Relación entre la evaluación moral de los *speakers* de la oposición política en el Congreso y la evaluación moral de las notas en la cobertura de la LSCA. 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.9. Relación entre la evaluación moral de los *speakers* del sector empresario y la evaluación moral de las notas en la cobertura de la LSCA entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.10. Relación entre la evaluación moral de los *speakers* de la 'sociedad civil' y la evaluación moral de las notas en la cobertura de la LSCA. 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tabla 4.11. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Disputa político-institucional'.

Tabla 4.12. Fuente principal y fuente secundaria en las notas encuadradas como 'Disputa político-institucional'. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009.

Tabla 4.13. Atribución causal del encuadre 'Disputa político-institucional' según actores principales y secundarios. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009.

Tabla 4.14. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Interés público sociocultural'.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla 4.15. Atribución causal del encuadre 'Interés público sociocultural' según actores principales y secundarios. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009.

Tabla 4.16. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Interés público sociocultural'.

Tabla 4.17. Ejemplos de evaluación moral en el marco del *frame* 'Interés público sociocultural'.

Tabla 4.18. Atribución causal del encuadre 'Interés público económico-empresarial' según actores principales y secundarios. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009.

Tabla 4.19. Ejemplos de evaluación moral en el marco del *frame* 'Interés público económico- empresarial'.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

1. Introducción

> …en la medida en que los medios ocupan, como lo he sostenido, un lugar central en el proceso de establecimiento de distinciones y juicios, y en la medida en que, precisamente, mediatizan la dialéctica entre la clasificación que modela la experiencia y la experiencia que colorea la clasificación, debemos indagar en las consecuencias de esa mediatización. Debemos estudiar los medios.
>
> Roger Silverstone[1].

Problema de investigación

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) que el Congreso de la Nación sancionó en octubre de 2009 le imprimió un cambio de rumbo a la política comunicacional argentina. Después de casi 30 años durante los cuales se había tejido un entramado legal que tendió a adecuarse a los intereses del sector regulado (Mastrini, 2009), la norma posicionó al Estado como garante del derecho social a la comunicación y fue considerada un punto de partida hacia la democratización de las comunicaciones (Marino, Mastrini, & Becerra, 2012).

El proceso de creación de la LSCA puso en cuestión la relación entre los principios políticos, socioculturales y económicos que habían guiado la regulación de los medios audiovisuales hasta entonces. Se postuló un nuevo vínculo entre ellos, que quedaría plasmado en el texto normativo. En ese sentido, en la LSCA puede rastrearse una síntesis institucional y político-legal de la concepción de 'interés público' en materia de comunicación audiovisual (Linares, 2014).

La acción gubernamental, la participación de la sociedad civil y la actuación de las empresas mediáticas revisten sumo interés en este proceso. La iniciativa regulatoria, lanzada en marzo de 2009 por el Poder Ejecutivo Nacional a modo de anteproyecto, recogió las demandas de distintos actores de la sociedad civil organizados en la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD), que desde 2004 venían reclamando la consideración de 21 puntos para la democratización del sector.

La determinación de impulsar el debate público se produjo en una coyuntura particular, cuyo germen puede hallarse en el conflicto que el Gobierno nacional había enfrentado en 2008 con las principales corporaciones agrarias del país por la implementación de retenciones móviles a la exportación de ciertos productos (Kitzberger, 2014; Loreti & Lozano, 2014; Marino *et al.*, 2012). En ese contexto, el rol social de los medios de comunicación y sus intereses políticos y económicos pasaron a formar parte del debate público, poniendo en cuestión el poder que los conglomerados mediáticos habían consolidado durante las últimas décadas (Becerra, 2014).

Los medios son un actor social y político necesario, dada su participación activa en el campo del poder político y cultural (Kircher, 2005). La doble relación que entablan con el

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

espacio público y con el ámbito político les otorga un papel significativo en los acuerdos y disputas simbólicos que traban con los distintos actores sociales. Esta relación propia de las sociedades contemporáneas supone un proceso de conflictividad y negociación permanentes alrededor de la generación de sentido(s) público(s) y de las estrategias delineadas con ese objetivo (Borrat, 1989).

La labor de los periodistas se inserta en dicho proceso de creación del sentido público (Hartley, 1996). A través de la inclusión, exclusión, la jerarquización (Borrat, 1989) y el encuadre que les imprimen a los acontecimientos que transforman en noticias, reducen la realidad social y política —compleja, dinámica e inabarcable— a una imagen cotidianamente accesible y maniobrable (Gomis, 1991). Esta se plasma en las coberturas que hacen de diversos temas y dialogan con los esquemas perceptivos de los públicos que consumen las noticias.

En ese contexto, la pregunta que guía la presente investigación es: ¿Qué tipo de tratamiento noticioso recibió el proceso de debate y sanción de la LSCA argentina en la prensa gráfica especializada en economía y finanzas entre marzo y octubre de 2009?

La prensa económica está conformada por *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial,* periódicos de larga tradición en el campo periodístico argentino. La cobertura del debate, el tratamiento parlamentario y la sanción de la LSCA en este tipo de diarios se constituye en un objeto apropiado de investigación por varias razones. En primer lugar, la LSCA revistió un interés particular para ellos, pues en el texto normativo se plasman una serie de principios y dispositivos dirigidos a (re)configurar y modelar el funcionamiento del sistema mediático que los propios diarios integran. Aun no habiendo sido alcanzados directamente por la norma, la medida afecta directamente los intereses de los principales medios de comunicación del país, en un escenario de significativa concentración de la propiedad, en sentido horizontal, vertical y conglomeral (Becerra & Mastrini, 2009).

En relación con lo anterior, el segundo elemento está dado por el hecho de que en la Argentina ha predominado históricamente la lógica comercial en la regulación del funcionamiento de los medios (Mastrini, 2009). Con anterioridad a la sanción de la LSCA y hasta 2005[2], el fin de lucro había sido un requisito para acceder a una licencia. Desde el punto de vista empresarial, se trata entonces de un tema que integra el menú de asuntos cotidianamente cubiertos por los diarios económicos. A ello se suma la nueva relación que la LSCA propuso entre las funciones políticas, socioculturales y económicas de los medios, subordinando estas últimas a las dos primeras.

En tercer término, ambos periódicos son considerados aquí en su rol de actores políticos con intereses particulares y legítimos (Borrat, 1989). Como tales, inciden en el desarrollo del proceso político y elaboran representaciones del poder y de la sociedad en cuyo terreno se desenvuelven (Kircher, 2005). Formadores de opinión, modeladores de la experiencia social y partícipes del campo político, tienen la capacidad de cuestionar o legitimar ciertas políticas y de cultivar su propio lugar en la esfera pública (Habermas,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

1989).

El Cronista Comercial es un diario centenario, originalmente creado como un boletín de informes económicos y dirigido a poderosos actores de actividad comercial y empresaria argentina. Con los años, fue ampliando los temas de interés e incorporó noticias políticas, de espectáculos, interés general y hasta un suplemento deportivo, aunque sostuvo el propósito explícito por el que había sido creado: impulsar los intereses de los sectores empresarios del país (*El Cronista Comercial*, 2008). Fue pionero en la creación de su versión *online*, en 1994. Tras haber pasado por las manos de varios grupos empresarios nacionales y uno extranjero —el español Recoletos—, en septiembre de 2006 fue adquirido por el Grupo de Narváez (GdN), propiedad de Francisco de Narváez, diputado nacional por el partido Unión Celeste y Blanco, de oposición al Gobierno nacional. Se presentó nuevamente como candidato a primer diputado de la provincia de Buenos Aires por la Alianza Unión Pro en 2009 y le ganó la elección a Néstor Kirchner en junio de ese año, en pleno debate del proyecto de ley de SCA.

Francisco de Narváez tenía una participación accionaria en el canal de televisión América TV. Esta situación lo colocaba como infractor al inciso “g” del artículo 45° de la Ley de Radiodifusión N° 22.285, que excluía de la posibilidad de ser propietario de licencias a funcionarios públicos, legisladores y militares en servicio. Durante el período en que se debatía la nueva Ley en la Cámara Baja, el diputado fue denunciado por el COMFER por ocultar su participación en la sociedad propietaria de dicho canal. Ello dio lugar a un conflicto político que adquirió visibilidad mediática y pública, aunque acabó por diluirse.

Ámbito Financiero nació como un emprendimiento personal del empresario Julio Ramos en diciembre de 1976, unos meses después del inicio de la última dictadura cívico-militar (1976-1983), en un contexto de crecimiento de la información económica como producto de la desregulación y la efervescencia financiera. Al igual que *El Cronista*, comenzó como una especie de boletín de cuatro páginas, que contaba con información sobre tasas, el listado de cotizaciones del día y algunos artículos editoriales. En efecto, Ramos entendió que la gente reclamaba una guía para saber cómo moverse en plena hegemonía financiera: “el país ofrecía plata dulce y *Ámbito* nació para decir dónde y cómo obtenerla” (Ruiz, 2005, p. 22).

Con el tiempo, *Ámbito Financiero* se convirtió en fuente de referencia para inversores y operadores bursátiles. Los comentarios interpretativos fueron adquiriendo protagonismo y reemplazando el relato aséptico de los asuntos económicos por un tono suelto y una redacción flexible, que se convertirían en su marca distintiva. Tras la muerte de su fundador y director, en 2006, el periódico fue adquirido por el empresario rosarino Orlando Vignatti, también propietario de los diarios *Tribuno de Tucumán* y *Buenos Aires Herald*, entre otros.

En 2009, *Ámbito Financiero* se desempeñaba únicamente en el campo de la prensa

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

gráfica impresa y *online* y no contaba con negocios en el ámbito de la comunicación audiovisual. Por esa razón, se parte de la hipótesis de que su postura editorial al respecto no se vio afectada —al menos no directamente— por sus intereses empresarios. No obstante, debe señalarse que la historia de *Ámbito Financiero* estuvo signada prácticamente desde su creación, y hasta la muerte de su fundador, por su enfrentamiento con el grupo de medios más importante del país: el Grupo Clarín, al cual bautizó "monopolio" (Ramos, 1993). Ramos denunció tempranamente la evolución de Clarín hacia formas de concentración de medios de prensa en manos de un mismo grupo familiar, en perjuicio de la libertad de expresión. De hecho, durante el debate parlamentario del proyecto de ley de SCA las palabras de Ramos fueron retomadas en el recinto por los defensores de la iniciativa, quienes lo identificaron como un pionero en advertir que la posición dominante de una empresa de medios en el mercado entraña un peligro para el ejercicio de la libertad de expresión[3].

A partir de la premisa de que los periódicos no operan en forma autónoma del sistema político (Lang & Lang, 1981), en este trabajo se procura estudiar la cobertura noticiosa que estos hicieron de una medida de política pública de comunicación (McQuail, 2010). Ello aportará insumos relevantes para analizar las modalidades que adquiere el tratamiento que las instituciones informativas dan a los asuntos en relación con el desarrollo político en el cual la prensa es uno de los principales actores. En este sentido, se asume que la LSCA fue definida en los diarios económicos desde encuadres particulares que pusieron de manifiesto algunos aspectos de este proceso político, al tiempo que ocultaron otros. Es en el proceso de *framing* mediático de esta iniciativa regulatoria donde reside la mayor preocupación de esta investigación.

El trabajo se estructura en tres grandes ejes. El más importante, y el último en ser desarrollado, comprende el análisis de contenido de toda la información acerca del caso publicada por los periódicos nacionales especializados en economía y finanzas. El período abarca desde la presentación del anteproyecto de ley por parte de la Presidenta Cristina Fernández, el 18 de marzo de 2009, hasta la sanción de la norma en el Senado de la Nación, el 10 de octubre del mismo año[4]. De modo complementario, el segundo eje estará conformado por una descripción profunda del proceso político que derivó en la aprobación de la norma y una conceptualización de la misma desde la perspectiva de las políticas públicas de comunicación. El tercero procurará analizar los diarios que conforman aquello que en el marco del análisis de contenido se denomina las "unidades de contexto" de la investigación (Colle, 2011), incorporando aspectos macro, meso y micro (Brüggemann, 2014) de la instancia productiva de la información sobre la LSCA. Estos dos últimos ejes delinearán el contexto económico, político y social en el cual debe ser entendido el fenómeno que interesa estudiar y aportarán elementos imprescindibles para su abordaje.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Algunos antecedentes del problema

Una vez planteados los lineamientos principales de la Tesis, se considera necesario recuperar un conjunto de trabajos recientes cuya revisión ha colaborado en la construcción del objeto de estudio. No se retomará aquí la totalidad de las investigaciones que conforman el Estado del Arte, pues las referencias se distribuirán entre los distintos capítulos en función de los temas analizados. En cambio, se considera productivo apuntar aquí aquellas que analizan el tratamiento mediático del proceso político argentino durante diferentes tramos de los doce años de gobiernos kirchneristas (2003-2015). Llevadas a cabo desde distintas aproximaciones teóricas y abordajes metodológicos, sus hallazgos y conclusiones han significado un aporte conceptual para este estudio[5].

Un primer grupo de trabajos pone en relación los discursos político y mediático. Maestri, De Diego, Fernández, Gindin, Lüders & Cingolani (2014) y Covalesky Dias (2016) indagan en la intersección entre ambos tipos de discurso a partir de los procesos de mediatización que se sucedieron durante distintas fases del período 2003-2013 y, en ese marco, examinan las zonas grises entre uno y otro. Por otra parte, De Diego (2015) profundiza en las modalidades discursivas a través de las cuales la prensa gráfica nacional se consolidó como actor político durante el "primer kirchnerismo" (2003-2007).

El trabajo de Maestri *et al.* (2014) compila una serie de artículos de diversos investigadores que coinciden en la preocupación por los modos de producción de sentido que surgen de las "zonas de interacción mediática" entre el discurso político y el discurso periodístico (p.8). Es decir, espacios en los cuales estos se fusionan y operan alternativamente como condiciones de producción y condiciones de reconocimiento mutuas.

Cada uno de los capítulos retoma uno o más sucesos considerados emblemáticos entre la asunción de Néstor Kirchner como Presidente de la Nación, en diciembre de 2003, y los festejos organizados por el Gobierno nacional en conmemoración del bicentenario de la Revolución de Mayo, en 2010. Dichos acontecimientos, entre los cuales se encuentra el proceso de discusión social y legislativa en torno a la LSCA, son analizados desde reflexiones teóricas a partir del diálogo entre la Teoría del Discurso de Laclau (2005) y la Teoría de los Discursos Sociales de Verón (1993).

Maestri *et al.* (2014) abordan la cuestión de la mediatización como teoría y como proceso socio-histórico, dado el rol que los dispositivos mediáticos y las instituciones apoyadas en ellos desempeñan en el espacio público. Con todo, el inédito y creciente protagonismo de los medios es comprendido como producto de la centralidad de dichos dispositivos de mediatización en la producción de acontecimientos colectivos, particularmente en lo concerniente a la vida política, y a una estrategia gubernamental basada en orientar la discusión cotidiana en vínculo con las agendas mediáticas. Se problematiza la naturaleza política de los discursos de la prensa, la dinámica del conflicto que

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

estos convocan y la disputa que se produce con los discursos del Gobierno, apuntando las diferencias entre las condiciones de producción de unos y otros.

En relación con la controversia entre las instituciones mediáticas y los gobiernos kirchneristas, Covalesky Dias (2016) indaga en las modalidades discursivas de dos emisiones televisivas: *6-7-8*, del canal público nacional, y *Periodismo Para Todos (PPT)*, de canal Trece —propiedad del Grupo Clarín—. El autor analiza, desde un enfoque semiótico, un corpus compuesto por los programas emitidos el 22 de septiembre y el 10 de noviembre de 2013. Las fechas se corresponden con el inicio de la campaña electoral legislativa y con el fallo de la Corte

Suprema de Justica de la Nación que determinó la constitucionalidad de la LSCA respectivamente. Allí encuentra cuatro "temáticas macro" —"caso Noble Herrera y Banco Nacional de Dados Genéticos", "Cristina Kirchner", "elecciones Legislativas" y "aplicación de la Ley de Medios Audiovisuales"— y, dentro de estas, doce sub-temas que organizan las enunciaciones polarizadas de ambos programas.

Los textos audiovisuales son interpretadas por Covalesky Dias (2016) como dispositivos mediáticos subordinados a instituciones que pertenecen a distintos campos: el Gobierno nacional, por un lado y el Grupo Clarín, por otro. Así, estos son producto de la traducción mediática que ambos actores en conflicto hacen de sus propias estrategias políticas. La razón instrumental es el denominador común de los dos discursos, caracterizados por el antagonismo y la polarización en el tratamiento de las temáticas. En el caso de la LSCA, por ejemplo, ambos organizan sus discursos alrededor de la libertad de expresión. No obstante, mientras *PPT* enfoca el fallo de la CSJN como una derrota para ese derecho y para la democracia, *6-7-*8 lo presenta como un triunfo de la libertad de expresión, "de la democracia y del pueblo argentino" (p.202).

La investigación de De Diego (2015) indaga en las modalidades discursivas a partir de las cuales tres de los más importantes periódicos argentinos, *Clarín*, *La Nación* y *Página/*12, se consolidaron como actores políticos durante el Gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007). Desde una perspectiva teórica que articula estudios sobre la comunicación social con aportes de las teorías del discurso y conceptos propios de la teoría y la sociología políticas, analiza las secciones de opinión de los diarios, pues las considera espacios "de emergencia de reflexiones y procesos argumentativos respecto de la política tradicional, en los que fue posible reconocer lecturas particulares sobre el orden social" (p.11).

Mediante el método del análisis del discurso, rastrea regularidades y posicionamientos diferenciales por parte de los periódicos en función de dos niveles analíticos: uno horizontal o sincrónico, que reconstruye las disputas simbólicas entre los diarios en relación con sus interpretaciones de los acontecimientos políticos. El otro eje, vertical o diacrónico, delimita etapas en los posicionamientos periodísticos durante el período 2003-2007. Entre sus hallazgos, De Diego (2015) desarrolla dos tipos de

gramáticas que orientaron la producción del discurso de la prensa acerca del kirchnerismo: la “político-ideológica” y la “coyuntural”. En cada una ellas se articula la influencia de una serie de “marcos ideológicos” (p.325), que se activaron como memorias discursivas en relación con distintos tópicos. Estos últimos son, por caso, los derechos humanos, la problemática medioambiental y el peronismo. La gramática político-ideológica, predominante en *La Nación* y *Página/12* se caracterizó por interpretaciones estables acerca de las políticas kirchneristas. En el primer diario, estas fueron de rechazo; en el segundo, de adherencia.

La gramática coyuntural, por su parte, respondió al modo de elaboración discursiva de *Clarín*, que “apuntó a construir una posición enunciativa cercana al ‘interés ciudadano’, desde la cual evaluó y reflexionó acerca del poder político” (De Diego, 2015, p. 339). Así, fue virando hacia la oposición política a partir de 2005, aunque sus cuestionamientos al primer kirchnerismo no estuvieron basados en principios ideológicos que el diario hubiera defendido anteriormente, sino que se trató de acontecimientos puntuales que, según su discurso, iban en dirección contraria al bienestar de la sociedad en su conjunto.

Aunque la perspectiva y la preocupación que guían la investigación de De Diego (2015) difieren de las de este estudio, uno de sus aportes es el de cuestionar el vínculo lineal y determinista que suele ligar la producción informativa a acuerdos económicos con las gestiones de los gobiernos. Sin ignorar la influencia que ejercen los medios de comunicación en las disputas de poder, las particularidades interpretativas del kirchnerismo emergieron, según la autora, a partir de marcos ideológicos que produjeron críticas políticas de carácter heterogéneo.

Los trabajos de Mastrini (2010), Di Paolo (2016), De la Torre & Pajoni (2014), De Maio (2015), Aruguete & Koziner (2014), Koziner (2015a) y Koziner & Aruguete (2016) constituyen antecedentes más cercanos al problema de investigación de esta Tesis, pues se detienen específicamente en el tratamiento de distintos aspectos de LSCA desde diferentes perspectivas y en varios soportes mediáticos.

Mastrini (2010) analiza comparativamente la cobertura de LSCA con la del “conflicto del campo” desatado a partir de la Resolución Nº 125/08, pues observa que los dos asuntos adquirieron similar importancia. Ambos “se constituyeron como un eje vector de discusiones, y fueron un núcleo a partir del cual se fijaron posiciones antagónicas entre el Gobierno, la oposición política y sectores interesados” (p. 267). No obstante, señala una diferencia esencial entre estos *issues*. En el marco del “conflicto del campo”, el rol social y político de los medios masivos se convirtió en tema de discusión pública como producto del apoyo mayoritario que estos brindaron a los reclamos de los sectores agropecuarios, pues los dirigentes rurales no se expresaron directamente en la superficie mediática, sino que se produjo una mediación. Por el contrario, en la cobertura del debate alrededor del proyecto de ley de SCA “no hay mediación, es la propia posición de los medios la que se ve reflejada, es su propio interés lo que estaban defendiendo” (p. 267).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Según apunta el autor, fue a partir del conflicto de 2008 que los medios quedaron en el centro del debate, aunque el cuestionamiento a su actuación no concluiría con el desenlace de dicho conflicto, sino que se volvería más agudo en 2009, con el envío al Congreso del proyecto de ley de SCA. En ese contexto, "una consigna como 'Clarín miente'[6] (…) pone en el debate público esa posibilidad, que se opone a la idea de objetividad" (p. 268).

Desde otra perspectiva, aunque en sintonía con el planteo de Mastrini (2010), el trabajo de Di Paolo (2016) encuentra que en los modos de lectura y en las formas de reconocimiento propuestas por la cobertura mediática que la prensa gráfica argentina hizo de la LSCA predominó el mantenimiento de sus contratos de lectura con los "lectores-consumidores", en detrimento de la información. Para la autora, estos elementos representan el "límite de la objetividad" dentro del espacio periodístico: "en este punto, no es tanto la información lo que se comunica, sino la construcción de un lazo con los colectivos de identificación que organizaron las posibilidades interpretativas y los efectos de sentido" (pp.221-222).

A partir de la comprensión de la prensa como actor político, el trabajo de Di Paolo (2016) analiza los mecanismos discursivos que *Clarín*, *La Nación* y *Página/12* pusieron en marcha en la cobertura de la LSCA. El período de análisis va desde 2009, cuando se inició el proceso de debate parlamentario del proyecto de ley, hasta la declaración de constitucionalidad por parte de la CSJN, en 2013. Concretamente, la autora rastrea las estrategias retóricas y enunciativas puestas en marcha en la construcción noticiosa. El enfoque conceptual combina el Análisis Crítico del Discurso (Laclau & Mouffe, 2004) con el Análisis Político del Discurso (Verón, 1993) y la articulación teórico-metodológica incorpora la categoría de contexto (Magariños de Morentín, 1983).

La autora desarrolla su análisis en dos planos a partir de la doble compresión del "discurso de los medios" y de "los medios como discurso" (Di Paolo, 2016, p. 220). El primero alude a los procesos de producción de sentido en el plano textual: la construcción de los distintos acontecimientos que se produjeron durante el período analizado —el tratamiento parlamentario del proyecto de ley, la realización de audiencias públicas, la media sanción en la Cámara de Diputados, la aprobación en el Senado y el fallo de constitucionalidad— a través de distintas herramientas enunciativas apuntadas a focalizar, invisibilizar o resaltar ciertos aspectos de los hechos. El segundo plano, los "medios como discurso", se refiere a la posición subjetiva de los diarios ante el poder político. El cruce de ambas dimensiones permite detectar las relaciones que establecen los medios frente a estructuras significantes que la autora vincula con los actores políticos en tensión.

Di Paolo (2016) concluye que la cobertura de *Página/12* expresó su afinidad con los actores populares y una práctica periodística que dio cuenta de la heterogeneidad que caracterizó a los sectores que confluyeron en el cambio de la regulación de los medios audiovisuales. Por el contrario, *Clarín* y *La Nación* construyeron un debate polarizado entre

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

el actor gubernamental y los medios de comunicación, tratamiento que “favoreció la identificación con sectores conservadores antitpopulistas enfrentados con el gobierno de Cristina Fernández” (p.221).

Otro antecedente cercano al de esta investigación, tanto por la temática que aborda como por el enfoque conceptual, es el trabajo de De la Torre & Pajoni (2014). Los autores analizan la cobertura informativa del dictamen de la CSJN a favor de la de constitucionalidad de la LSCA que hicieron los noticieros emitidos en *prime time* por tres canales de televisión abierta de la CABA: Telenoche —de canal 13, propiedad del Grupo Clarín—, Visión 7 Central —del canal estatal— y Telefé Segunda Edición —de Telefé, propiedad de Telefónica de España—. El corpus examinado consta de los treinta programas transmitidos entre el 28 de octubre y el 8 de noviembre de 2013. La perspectiva teórica se funda en el *Framing*, en tanto provee las herramientas conceptuales para analizar las noticias, “su configuración interna, su estructura narrativa y los recursos aplicados a la interpelación de los espectadores, lo que finalmente nos acerca a la comprensión del tipo de realidad representada que ese discurso ofrece a la sociedad” (de la Torre & Pajoni, 2014, p. 24).

Las condiciones de producción, las improntas del formato y las variables institucionales del medio intervienen en la creación de determinados *frames* y no de otros para enfocar el caso. Desde el punto de vista de los autores, este proceso no debe ser naturalizado como simple resultado de la producción noticiosa, sino en el contexto de una concentración de la propiedad de los medios. Estos últimos intervienen como actores interesados en el debate público y como actores económicos relevantes, en un diálogo siempre conflictivo con los poderes del Estado (de la Torre & Pajoni, 2014). La preocupación que orienta la investigación se basa en conocer la actuación del periodismo y los condicionantes profesionales, productivos, económicos y patrimoniales que afectan su labor en el marco de encrucijadas políticas, pues los autores consideran que ello tiene implicancias en la “calidad informativa”. En relación con ello, parten de la hipótesis de que la alineación política y/o los intereses económicos de los noticieros definen el enfoque que predomina sobre el *issue* y, consecuentemente, el tipo de tratamiento que se le otorga.

El estudio lleva a cabo un análisis de contenido cuantitativo que explora la importancia, los formatos, los tipos de fuentes y las posturas expresadas por las coberturas en relación con el fallo de la Corte Suprema. Este rastreo se complementa con un relevamiento cualitativo de los recursos lexicales, retóricos y argumentativos. Los resultados del estudio concluyen que el interés empresarial o político de cada uno de los medios primó por sobre el noticioso: en el caso de Telenoche, observan una sobredeterminación de la defensa de intereses corporativos por sobre la agenda periodística. Mientras tanto, en Visión 7 el discurso se estructuró en función de la postura oficial de defensa de la Ley.

Una de las consecuencias de los posicionamientos radicalizados que se plasman en los contenidos fue, para de la Torre & Pajoni (2014), que se contrajeran las mediciones del

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

rating de ambos canales, lo cual favoreció a Telefé Noticias, que se presentó como “neutral” no involucrado en el debate. La baja relevancia que este noticiero le asignó al caso es explicada, fundamentalmente, por la “incómoda situación” en la que quedaba la empresa Telefónica como licenciataria de ese canal privado. Hasta ese momento, la autoridad de aplicación de la LSCA, no le había solicitado su adecuación a norma, pese a que la incumplía en varios puntos (p.50).

El encuadre de los noticieros no arrojó resultados inesperados para los investigadores. Por el contrario, se “confirma la actuación del discurso informativo como instrumento de disputa y proveedor de argumentos en una encrucijada política que excede este enfrentamiento en particular” (de la Torre & Pajoni, 2014, p. 54). Ello va en detrimento de la calidad informativa, pues el tipo y la cantidad de fuentes citadas, la contextualización de la noticia, la presencia de protagonistas y antagonistas del conflicto, se caracterizaron por el sesgo de la posición política y económica de los emisores. Así, los noticieros analizados “fueron representantes de los protagonistas del conflicto y cada uno de ellos, por acción o inacción, puso el énfasis en la especulación más que en lo fáctico” (pp. 49-50).

Por su parte, De Maio (2015) analiza específicamente el tratamiento que *Clarín*, *La Nación* y *Página/12* hicieron del proceso de debate de la LSCA, conceptualizada como el “resultado de una iniciativa nacida en el seno de un gran y diverso abanico de movimientos sociales” (p.16), desde la perspectiva de la *Agenda Setting*. La autora exhibe cómo durante ese período el Grupo Clarín — que se vería afectado por una regulación que limitara la concentración de la propiedad— argumentó sistemáticamente desde los medios del *holding* que la reforma regulatoria era inconstitucional. El objetivo del trabajo es, entonces, analizar el segundo nivel de efectos de la *agenda setting* en la cobertura que este y los otros dos diarios más importantes de la Argentina hicieron de la LSCA en sus versiones *online*. La premisa que guía la investigación es que el tipo de tratamiento que estos periódicos otorgaron al tema influyeron sobre el desenvolvimiento del sistema político: concretamente, sobre los debates parlamentarios y judiciales.

A fin de concretar los objetivos propuestos, De Maio (2015) lleva a cabo un análisis de contenido de 2.885 piezas periodísticas que conformaron la cobertura del caso entre el 1 de marzo de 2009, cuando la Presidenta Cristina Fernández anunció en su discurso de apertura de las sesiones legislativas la intención de modificar la Ley de Radiodifusión N° 22.285, hasta el 29 de octubre de 2013, fecha en la cual la CSJN falló a favor de la constitucionalidad de la LSCA. Allí rastrea los atributos utilizados para presentar la norma, el tono valorativo que se le asignó, la variedad de fuentes utilizadas y las referencias a la regulación estadounidense, dada la influencia cultural que ejerce dicho país sobre el sistema de medios argentino.

Los resultados del análisis de contenido arrojan que los atributos utilizados por los diarios para presentar la LSCA fueron coherentes con sus intereses políticos y

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

económicos:

> Dado que Clarín tiene un especial interés contra la Ley de medios —porque su implementación afectaba sus intereses económicos— su cobertura de la LSCA fue mayormente negativa. Del otro lado se encuentra *Página/12*, en cuyo *staff* había varios integrantes que habían pugnado por una reforma de la regulación de medios desde el retorno de la democracia. Ello también se reflejó en su cobertura, que fue fundamentalmente positiva (De Maio, 2015, p. 107, traducción propia).

En sintonía con los atributos identificados, el uso de fuentes hecho por los medios se adecua a la postura editorial respecto de la Ley: *Clarín* retoma principalmente a las fuentes de la oposición, mientras *Página/12* presenta un uso más balanceado, con predominio de las fuentes oficiales. *La Nación*, por su parte, tiende a converger con *Clarín* en los modos de presentar el caso, aunque existen diferencias en el tratamiento que le otorgan a algunos eventos clave, como la sentencia de constitucionalidad de la Corte Suprema. No obstante, aun cuando los tres diarios acuden a las mismas fuentes, el tono con el que las califican está orientado por la perspectiva que cada medio tiene respecto de la LSCA.

En síntesis, los resultados del trabajo empírico fueron congruentes con el "sentido común" (De Maio, 2015, p. 109), en tanto *Clarín* y *La Nación* reaccionaron negativamente a una norma que percibieron como limitante de su poder y de los niveles de ganancia. Por el contrario, *Página/12* fue coherente con su línea editorial de apoyo a las medidas de los gobiernos kirchneristas. A partir de ese diagnóstico, la autora argumenta la importancia de la nueva norma para el fortalecimiento del sistema democrático. En la medida en que una mayor cantidad de actores sociales accedan a licencias, mayor será el flujo de ideas y mejor representados estarán los diferentes sectores de la sociedad: "La ley de medios en Argentina facilita el proceso de toma de decisiones porque al volver accesible para la población una mayor cantidad de visiones (…) [este] se enriquece con nueva información" (p. 117, traducción propia).

Una de las regularidades que es posible extraer de los antecedentes reseñados hasta aquí es la de caracterizar a los medios de comunicación como actores con intereses políticos y económicos que se plasman en los procesos de inclusión, exclusión y jerarquización de los acontecimientos que convierten en noticia (Borrat, 1989). En consecuencia, su actuación política tiene implicancias en los contenidos y es factible de ser reconocida a partir del análisis de los discursos que producen. Ello no excluye instancias de indagación en las condiciones particulares de producción de los textos; por el contrario, estas son un elemento ineludible para una interpretación más profunda del proceso.

El tratamiento que hicieron de los distintos aspectos relacionados con la LSCA fue interpretado en directa relación con el posicionamiento político que desarrollaron acerca del Gobierno nacional y, en última instancia, con sus propios intereses políticos y empresarios. Si bien estos no pueden ser desconocidos, se considera aquí necesario examinar con mayor atención otros factores intervinientes en el proceso de construcción de las noticias que

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

también influyen en los modos de encuadrar las políticas públicas y, concretamente, las políticas públicas en comunicación. En parte, la decisión de analizar en este trabajo el tratamiento noticioso de dos diarios pertenecientes a empresas periodísticas no afectadas de modo directo por la norma pero interesadas en las dimensiones económicas implicadas, responde a esa inquietud.

En último término, un conjunto de trabajos conforman los antecedentes teóricos y metodológicos más directos de esta investigación. Los estudios de Aruguete & Koziner (2014), Koziner & Aruguete (2016) y Koziner (2015a) analizan el tratamiento que la prensa gráfica generalista —en el primer caso— y la especializada en economía y finanzas —en los dos últimos— hicieron de la fase del proceso de judicialización de la LSCA denominada "7D"[7], entre noviembre y diciembre de 2012. La base conceptual es el *Framing*.

Aruguete & Koziner (2014) llevan a cabo una aplicación deductiva de tres de los encuadres genéricos pertenecientes a la escala creada por Semetko & Valkenburg (2000)[8] a un corpus de notas publicadas en las portadas de *Clarín*, *La Nación* y *Página/12*. Como producto del trabajo empírico, comprueban que "no todos los frames genéricos son aplicables al análisis de fenómenos que tienen lugar en contextos disímiles a aquellos en los cuales han sido creados" (Aruguete & Koziner, 2014, p. 158), dado que les resulta imposible mantener los *frames* tal y como los habían presentado Semetko & Valkenburg (2000) en su trabajo pionero. Las autoras encuentran que indicadores pertenecientes a distintos *frames* aparecen juntos mientras que otros ítems están ausentes, por lo que proponen redefinir los encuadres originales. Denominan al primero "Culpabilidad por el conflicto" y al segundo, "Consecuencias económicas". Ambos definen y organizan la información sobre el "7D".

A partir del trabajo precedente, Koziner & Aruguete (2016) rastrean la presencia de los encuadres en la cobertura de la prensa económica. Llamativamente, encuentran que uno de los encuadres, "Consecuencias económicas" prevalece en la definición que los diarios hicieron del "7D", pero el segundo requiere ser repensado, dado que sus indicadores no convergen en un mismo encuadre. En consecuencia, proponen otro al que denominan "Desacuerdo entre posturas". Más allá de las particularidades de estos encuadres, lo que interesa destacar aquí es la baja potencialidad explicativa que surge de la aplicación deductiva de *frames* genéricos: aun cuando los dos trabajos abordan el mismo caso durante idéntico período y en el mismo país, encuentran que los distintos periódicos no coinciden en la forma de encuadrarlo. En consecuencia, concluyen en que es preciso atender a las características del contexto en sentido amplio, pues este abarca no solo el ámbito político nacional y el caso analizado sino también el tipo de medio de comunicación cuyos contenidos se estudian. La investigación de Aruguete y Koziner (2014) aborda tres periódicos generalistas con distintas posturas editoriales, mientras que los elegidos para el trabajo de Koziner & Aruguete (2016) pertenecen a la prensa especializada en economía y finanzas.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

A diferencia de los dos trabajos anteriores, la Tesis de Maestría de la autora (Koziner, 2015a) procura crear y analizar los encuadres noticiosos específicos que prevalecieron en el tratamiento noticioso que *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* hicieron del "7D", entre noviembre y diciembre de 2012. Del análisis de contenido de las 249 notas que integran la cobertura del caso, surgen dos encuadres específicos que predominaron en ambos periódicos: "Disputa político-institucional" y "Polarización político-económica".

Los rasgos centrales de la perspectiva teórico-metodológica diseñada para esa investigación y las particularidades de los encuadres hallados serán retomados con detalle en el **Capítulo 4** de esta Tesis. No obstante, se considera pertinente retomarla aquí por dos motivos: primero, porque esta investigación pretende avanzar a partir de algunas de las limitaciones señaladas en aquella. En segundo lugar —y relacionado con lo anterior—, porque constituye una instancia intermedia de un estudio de más largo aliento que continúa aquí y que pretende analizar el tratamiento informativo que los medios de comunicación hacen de procesos políticos en los cuales ellos intervienen como actores protagonistas.

Más allá de los hallazgos que arrojó el trabajo empírico de Koziner (2015a), se apuntó allí la necesidad de ampliar el período bajo estudio, en virtud del carácter persistente que se les reconoce a los *frames* como principios organizadores del sentido. Tal como sostiene Reese (2001), la importancia de su significado reposa sobre su durabilidad, su persistencia y su uso recurrente a lo largo del tiempo. En este sentido, la productividad de dichos encuadres requiere ser puesta a prueba en una investigación más abarcativa.

Por otra parte, se concluye que para conocer en profundidad los encuadres del caso, se precisa no solo extender el trabajo en el tiempo sino también recuperar elementos de otras instancias del proceso comunicacional (Reese, 2007). Es decir, ampliar la exploración fuera de la superficie de los textos (Koziner, 2015b). Ello implicaría indagar en el proceso productivo de las noticias y trazar líneas de diálogo entre el *Framing* y los trabajos sobre políticas públicas de comunicación. Parte de este desafío es asumido en esta Tesis: aunque el ámbito privilegiado sigue siendo el de los contenidos, se acude a otras instancias en busca de herramientas conceptuales y metodológicas que enriquezcan los datos recogidos, tanto como su interpretación.

Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación

La presente investigación tiene por objetivo general analizar el tratamiento noticioso que los diarios *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, especializados en economía y finanzas, hicieron de proceso de debate y sanción de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual entre marzo y octubre de 2009.

En términos específicos, la investigación se propone:

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

1) Examinar la relevancia informativa[9] que cobra el debate sobre la LSCA en la prensa gráfica argentina especializada en economía y finanzas.

2) Identificar las dimensiones del *standing*[10] asignadas a las fuentes de la cobertura noticiosa de la LSCA.

3) Crear los encuadres[11] específicos de la LSCA en ambos periódicos a partir del agrupamiento (*clustering*) de los elementos de encuadre (*frame elements*) predominantes en el tratamiento del caso.

4) Analizar la evolución en el comportamiento de los encuadres de la LSCA a lo largo del período estudiado.

5) Indagar en los modos de presentar a los actores que protagonizan la acción relatada sobre el caso.

6) Comparar las maneras en que los matutinos estudiados presentan y definen los aspectos puestos en discusión durante el proceso de debate y aprobación de la LSCA.

De los objetivos específicos se desprende una serie de hipótesis y preguntas de investigación:

Hipótesis I. La importancia noticiosa del debate en torno a la LSCA está asociada al uso de una serie de 'dispositivos de relevancia' que jerarquizan este *issue* en la superficie textual de los periódicos y que operan con mayor fuerza en los tramos de altos niveles de polémica.

Pregunta 1: ¿Cuál es el grado de importancia que adquieren el debate y la sanción de la LSCA en la prensa gráfica argentina especializada en economía y finanzas?

Pregunta 2: ¿Qué variables influyen en la relevancia otorgada al asunto?

Los dispositivos de relevancia son entendidos aquí como rasgos formales que inciden en la visibilidad de la información (Amadeo, 2008; Tankard, Hendrickson, Silberman, Bliss, & Ghanem, 1991). Entre los más importantes, se encuentran la frecuencia de publicación de la información, la ubicación de la misma, los modos en que está dispuesta y el espacio que se les asigna en la superficie textual. Las variaciones en la importancia del caso, entendido como un "evento crítico" (Pride, 1995), están relacionadas con la aparición de distintos hechos significativos que se constituyen como hitos en el desarrollo del mismo.

Hipótesis II. La visibilidad de las fuentes del 'ámbito gubernamental', promotor del proyecto de ley, no está asociada a una valoración positiva ni a su capacidad de instalar la propia 'evaluación moral' de la LSCA.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Pregunta 3. ¿Cuáles son las dimensiones del *standing* o crédito alcanzadas por las distintas fuentes (*speakers*) en la cobertura de ambos periódicos?
Pregunta 4. ¿Cuáles son las variables que influyen en los niveles de *standing* asignados a los *speakers?*

El "*standing*" o crédito de las fuentes, propuesto originalmente por Ferree, Gamson, Gerhards & Rucht (2002) se compone aquí de cuatro dimensiones: la visibilidad, la cita directa o indirecta, una valoración positiva o ambigua/indefinida —pero no negativa— de los dichos de la fuente y que su 'evaluación moral' (Entman, 1993) del caso analizado no sea impugnada en una misma pieza periodística.

Por lo general, son las fuentes oficiales (Steele, 1997) o pertenecientes a las distintas estructuras del Estado las que reciben mayor atención en las coberturas de asuntos políticos (Bennett, 1990; 2012). En función de las particularidades del caso analizado en esta Tesis, se opta por incorporar la categoría 'ámbito gubernamental' para considerar al conjunto de actores pertenecientes al PEN y al núcleo cercano a él. La decisión se funda en la necesidad de una denominación precisa, pues no todos los integrantes de dicho núcleo desempeñan cargos en la Administración Pública, al tiempo que no todos los actores estatales integran el núcleo cercano al Gobierno.

Hipótesis III. Los encuadres de la LSCA que prevalecen en los diarios evidencian una disputa en la conceptualización de ciertos valores vinculados con la noción de 'interés público'.
Pregunta 5. ¿Cuáles son los encuadres de la prensa económica en el tratamiento de la LSCA?
Pregunta 6. ¿Qué variaciones se producen en el comportamiento de los *frames* a lo largo del período estudiado?

La noción de 'interés público' es retomada de los estudios de políticas de comunicación (Iosifidis, 2011; Just & Puppis, 2012; McQuail, 1998, 2010; Papathanassopoulos & Negrine, 2010). Según la conceptualización que hacen Van Cuilenburg & McQuail (2003), de dicha noción se desprende una serie de valores relevantes a ser protegidos en la regulación de los medios por parte del Estado. De entre estos valores, se recogerán los más destacados en el debate alrededor de la LSCA y en la superficie de los textos, a fin de rastrear su frecuencia y su asociación con cierto tipo de actores individuales o colectivos.

Los *frames* específicos de la LSCA serán creados a partir del particular agrupamiento, en un mismo artículo periodístico, de distintos elementos textuales. La definición teórica y empírica de dichos elementos surge de las características propias del caso, así como de su contexto. En otras palabras, se considera que tanto los periódicos analizados como los

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

rasgos del debate alrededor de la LSCA —especialmente, los valores del 'interés público' puestos en discusión— forman parte de las condiciones en que dichos encuadres son elaborados y cobran sentido.

> ***Hipótesis IV***. La forma de presentar a los actores exhibe una tendencia hacia la "personalización de la noticia" (Bennett, 2012).
>
> ***Pregunta 7.*** ¿Cuáles son los actores —individuales o colectivos— que reciben mayor cobertura durante el debate alrededor de la LSCA?
>
> ***Pregunta 8.*** ¿Qué tipo de responsabilidad se les adjudica a los actores más relevantes?

La "personalización de la noticia" es un recurso periodístico a través del cual los textos focalizan la atención en los actores individuales y en los ángulos de interés humano por sobre los contextos sociales, políticos e institucionales (Bennett, 2012). Por lo general, el grado de visibilidad que obtiene un individuo en los medios está relacionado con el nivel de responsabilidad que se le atribuye (Shanto Iyengar & Kinder, 1987): "Cuando los medios mencionan individuos, es fácil que el público les atribuya algún tipo de relación o de responsabilidad con las causas de la acción reportada" (Amadeo, 1999, p. 263). El tipo de responsabilidad puede ser individual o colectivo. En este último caso, se diferencia entre institucional, social y político-partidario.

> ***Hipótesis V***. Las coberturas de los periódicos presentan similitudes en términos formales pero exhiben diferencias en el *standing* otorgado a las fuentes y en los comportamientos de los encuadres con los que definen a la LSCA en sus coberturas.
>
> ***Pregunta 9.*** ¿Cuáles son las similitudes y las diferencias entre *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* en el tratamiento informativo de la LSCA?

Los aspectos formales aluden a la importancia del mismo (Amadeo, 2008). Es decir, a los dispositivos de relevancia utilizados para otorgarle visibilidad a las noticias sobre el caso. En tanto, el *standing* y los *frames* mediáticos de la LSCA refieren directamente al tipo de tratamiento que cada periódico hizo del caso en términos de sus contenidos.

La *Hipótesis V* tiene como antecedente un trabajo mencionado en el apartado anterior (Koziner, 2015a), en el cual se analizó un tramo del proceso de judicialización de la LSCA llevado a cabo durante 2012. En ese estudio se advirtieron similitudes en el comportamiento de las variables formales, especialmente la evolución en la frecuencia de publicación del

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

caso. Las mayores diferencias se hallaron en los encuadres específicos, pues estos evidenciaron una relación más estrecha con las líneas editoriales de los periódicos analizados.

Enfoque conceptual

No siempre los supuestos epistemológicos que orientan las investigaciones científicas se mencionan explícitamente. Por lo general, estos se desprenden del corpus de conceptos que conforman las teorías generales y sustantivas, los cuales sostienen los objetivos del trabajo (Sautu, 2003). Sin embargo, el enfoque conceptual que guía esta Tesis vuelve necesaria una reflexión del orden paradigmático pues, como se verá más adelante en este capítulo, el *Framing* es concebido aquí como un programa multiparadigmático de investigación (D'Angelo, 2002, 2012; Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014; Matthes, 2012).

Sautu (2003) define al paradigma como la orientación general que una disciplina ha de darle a su contenido temático sustantivo. Dentro de las ciencias sociales conviven varios paradigmas que difieren en los modos de comprender las disciplinas y, por lo tanto, en los problemas de investigación que formulan en el marco de cada una.

Los tipos de supuestos sobre los que reposa un paradigma son de tipo ontológico, epistemológico, axiológico y metodológico, todos ellos relacionados entre sí (Guba & Lincoln, 1994). Los primeros aluden a la naturaleza que se le adjudica a la realidad. Esta puede ser considerada "objetiva" y externa al investigador o subjetiva y múltiple. Lo segundos se refieren a la posibilidad —o no— de tomar distancia con el objeto analizado y a la interacción que se produce entre este último y el investigador. Los supuestos axiológicos, por su parte, se relacionan con la reflexividad del proceso investigativo: "¿Es posible desprenderse de los propios valores (…), de nuestras ideas profundas acerca de lo que deseamos para nosotros y para los otros? De no serlo, ¿qué papel juegan en el proceso de conocimiento?" (Sautu, 2003, p. 25). Por último, los supuestos metodológicos se relacionan con las estrategias y los modelos de recolección y procesamiento de los datos (Creswell, 1994), así como con los razonamientos de tipo deductivo, inductivo o abductivo que orientan esos procesos.

El paradigma al que se adhiera en una investigación tiene una influencia decisiva en la formulación de los objetivos y en la orientación metodológica. Al respecto, las investigaciones toman prestados cada vez con mayor asiduidad componentes de distintos paradigmas poniéndolos a dialogar, pues "el espacio para la triangulación paradigmática depende mucho de los temas que se trabajen y de la 'compatibilidad' entre distintos paradigmas" (Sautu, 2003, p. 25).

En coincidencia con el planteo de Sautu (2003), esta investigación se inscribe en el *Framing* como un programa de investigación de las comunicaciones mediáticas y, en ese

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

marco, propone una articulación entre distintos paradigmas y teorías del campo de la comunicación. A continuación, se recorren los antecedentes más importantes de este enfoque conceptual para luego profundizar en los aspectos epistemológicos que habilitan dicha articulación.

Antecedentes conceptuales del *Framing*[12]

Desde hace algunos años, los términos *frame* y *framing* se han convertido en palabras clave de la investigación en comunicación (Matthes, 2010). Ambos son considerados conceptos fundamentales por su potencial para habilitar una comprensión holística del proceso de la comunicación masiva, a partir de la creación de herramientas conceptuales capaces de acercar distintas áreas de investigación. Sin embargo, sus orígenes deben rastrearse fuera del campo de la comunicación, especialmente en la psicología cognitiva y en la sociología interpretativa (Koziner, 2013a; Sádaba, 2001, 2008), cuyo principal legado consistió en orientar el foco de sus preocupaciones en cómo se construye la realidad social en el lenguaje y en las interacciones personales (Aruguete, 2011a).

La sociología interpretativa implicó una fuerte ruptura epistemológica con el positivismo en las ciencias sociales, el cual pretende emular las formas de conocimiento de las ciencias naturales más avanzadas. Para el positivismo, es posible establecer leyes generales contrastables a partir del conocimiento empírico de la realidad, formuladas en el lenguaje de observación; es decir, objetivo y neutro (Hughes & Sharrock, 1999), capaz de eludir cualquier pretensión interpretativa. Dentro de esta rama de la sociología, fueron tres las vertientes que contribuyeron a generar un campo fértil para el surgimiento del *Framing* como cuerpo teórico: el interaccionismo simbólico, la fenomenología y la etnometodología (Sádaba, 2008).

Las ideas aportadas por estas corrientes teóricas al *Framing* pueden condensarse en cuatro. La primera consiste en el reconocimiento del carácter dialéctico de la realidad social, en tanto esta produce a los seres humanos a la vez que es producida por ellos. Por consiguiente, la sociedad existe como realidad objetiva —externa— y subjetiva a la vez. Cualquier esfuerzo teórico que pretenda abordarla adecuadamente debería comprender ambas dimensiones en su complejidad (Berger & Luckmann, 2001). El conocimiento relativo a la sociedad es entendido, así, como “una realización en el doble sentido de la palabra: como aprehensión de la realidad social objetiva y como producción continua de esta realidad” (Berger & Luckmann, 2001, p. 89).

Una segunda consideración refiere al carácter dinámico e interactivo del proceso de construcción de la realidad social. Desde esta perspectiva, la existencia de la misma surge de la incesante interacción entre los sujetos, quienes la interpretan y reinterpretan incluyendo en ella a los demás, puesto que el accionar de los otros incide en las prácticas

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

individuales (Koziner, 2013a). En consecuencia, la realidad está conformada por interpretaciones compartidas que integran un cuerpo coherente de conocimientos acerca de los fenómenos sociales (Caballero Romero, 1991).

Tercero, estos conocimientos son objetivados mediante el sistema simbólico del lenguaje. Es por ello que el lenguaje no es considerado un instrumento neutro capaz de describir las cosas como son; por el contrario, es constitutivo del mundo social, al tiempo que permite acceder a los modos en que la interacción produce ese orden social. El lenguaje es tal en la interacción y, en consecuencia, es inseparable de su contexto (Martínez Miguélez, 2002).

Por último, aquel cuerpo de verdades establecidas como conocimientos proporciona, desde estas perspectivas, un armazón dentro del cual se colocará todo aquello que se conocerá en el futuro (Berger & Luckmann, 2001, p. 89): las nuevas situaciones serán interpretadas a la luz de contextos ya aprendidos. Ello no quiere decir, sin embargo, que se niegue la existencia de posibles interpretaciones diversas o reinterpretaciones. Pero todas ellas tendrán a los conocimientos previos como referencia obligada.

El concepto de marco o *frame* fue propuesto en 1955 desde el campo de la psicología por Gregory Bateson (1988), como una herramienta de la *psique* que permitía explicar de qué modo y por qué razones las personas centran su atención en determinados aspectos de la realidad y no en otros. Integrados en el nivel metacomunicativo del lenguaje, los marcos posibilitarían delinear el contexto de las situaciones e interpretar los mensajes incluidos en él, estableciendo su "pertinencia recíproca" (Bateson, 1988, p. 215). A la vez, determinarían qué mensajes deben desestimarse por quedar fuera de sus parámetros y cuáles otros podrían incorporarse dentro de sus límites.

En esta línea, puede mencionarse la contribución de la teoría prospectiva, desarrollada igualmente desde la psicología por Daniel Kahneman & Amos Tversky (1979). Estos investigadores analizaron las conductas de las personas cuando se encuentran en la encrucijada de tener que elegir entre alternativas que involucran riesgo. El modo en que la información es encuadrada —*framed*—, afirman, tiene consecuencias en quienes son expuestos a tal escenario: tanto en las decisiones que toman como en sus creencias.

El sociólogo Erving Goffman (2006), también en la década de los setenta, tomó el término acuñado por Bateson, pero lo complejizó al añadirle una dimensión social (Koziner, 2013a). La doble acepción que anida en el concepto de Goffman comprende tanto la propuesta batesoniana — ligada más bien a la idea de esquema o estructura mental capaz de internalizar los datos percibidos—, como las definiciones de situación (Thomas, 2005), establecidas a partir de significados compartidos socialmente. Ante las distintas situaciones que se les presentan, afirma el autor, las personas se hacen la pregunta "¿Qué sucede aquí?" Las posibles respuestas son *frames* que dan sentido a los acontecimientos. En otras palabras, cuando un individuo "enmarca" una situación, utiliza esquemas que le otorgan a ella un significado particular, pero existe también un significado común

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

establecido por los marcos sociales[13]. A la vez, estos marcos están sujetos a probables sucesivas redefiniciones y “re-enmarcaciones” (Koziner, 2013a).

Una mirada del trabajo periodístico a la luz de Goffman (2006), por ejemplo, sugiere que los acontecimientos convertidos en noticias son encuadrados como tales por los periodistas que elaboran la información y por los medios que la publican. En ese proceso, la comprensión del contexto en el que se desarrolla la acción es fundamental, pues esta permite darle forma al contenido noticioso (Muñiz, 2007).

Según Scheufele (2000), la hipótesis de la que parte esta mirada coincide con la sostenida por Fritz Heider (1930), desde el campo de la psicología social, en su teoría de la atribución: las personas no pueden comprender en toda su complejidad el mundo en el que viven y se desarrollan, por lo que intentan inferir relaciones causales a partir de la información sensorial. La atribución es definida por el autor como el vínculo entre una conducta observada y un individuo señalado como responsable por dicha acción (Heider, 1978). En trabajos posteriores, (Heider, 1964) amplió dicha definición a cuestiones del ambiente y entendió que una conducta observada puede ser atribuida tanto a factores individuales como del entorno (Scheufele, 2000).

Apoyado en la distinción desarrollada por Heider (1964), Iyengar (1991) afirmó varios años después que, para comprender los asuntos políticos, las personas los reducen a cuestiones de responsabilidad. Esta puede ser interna o disposicional —en términos individuales—, y externa o situacional —en términos sociales—. En suma, los problemas sociales pueden ser encuadrados por este autor como responsabilidades individuales o sociales.

La noción goffmaniana de *frame* fue retomada en su acepción de marco por distintos autores del campo de la investigación de los movimientos sociales. Sus estudios contribuyeron con el *framing* en comunicación (Aruguete, 2011b), dado que focalizaron sus argumentos teóricos en la construcción social a partir de los *frames*. Surgidos en Europa y Estados Unidos al calor del “Mayo Francés” (1968), estos trabajos discutieron con aquellas perspectivas que interpretaban la acción colectiva como consecuencia de contradicciones económicas en el seno del sistema capitalista e incorporaron la dimensión política. Así, los movimientos pasaron a ser considerados en relación con los cambios en las estructuras de oportunidad política que pueden producirse, por ejemplo, gracias a transformaciones culturales e ideológicas, contradicciones políticas o debilidades del sistema (Sádaba, 2008).

Los movimientos sociales “construyen situaciones de acción colectiva, apoyándose para eso en los símbolos y en los marcos” creados y recreados en la interacción continua de agentes activos (Sádaba, 2008, p. 40). En este contexto, los medios de comunicación son entendidos como arenas públicas en las que se despliegan los argumentos mediante el uso de marcos. El acceso a los medios forma parte de una decisión racional: con ello se busca obtener una visibilidad que les permita hacer públicas sus demandas, cosechar

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

apoyo, desafiar la autoridad de las instituciones dominantes e instalar cuestiones en la agenda local o nacional en pos de concretar sus objetivos básicos. En algún punto de su desarrollo, los movimientos sociales buscan la atención de los medios masivos (Gitlin, 2003).

En 1980, Gitlin (2003) introdujo el término *frame* desde una perspectiva comunicacional ligada al paradigma crítico[14], en su análisis sobre el rol desempeñado de los medios masivos en la conformación del movimiento estudiantil norteamericano en los años 60. Allí entiende a los *frames* como recursos que utilizan los medios desde su posición hegemónica para organizar la realidad social. Concretamente, los define como "patrones persistentes de cognición, interpretación y presentación, de selección, énfasis y exclusión por medio de los cuales, quienes manejan los símbolos, organizan rutinariamente el discurso, verbal o visual" (p.7).

Estos patrones permiten a los periodistas procesar grandes cantidades de información rápidamente y de forma rutinaria (Tuchman, 1978). Mediante su uso, deciden qué es noticia y asignan categorías cognitivas a los hechos de manera casi mecánica. Aunque no sea de forma deliberada, estas operaciones tienden, según Gitlin (2003), a servir a las definiciones políticas e ideológicas que las elites dominantes tienen acerca de la realidad. Sus definiciones de situación quedan plasmadas en los medios de comunicación y se sostienen y reproducen tanto por dominantes como por dominados —puesto que la hegemonía funciona de modo activo—, atravesando una compleja red de actividades y procedimientos institucionales. No obstante, pueden presentarse "momentos disruptivos" (p. 12) en los cuales las rutinas periodísticas no sirven más a los intereses hegemónicos y se produce una fuerte disputa respecto de los valores centrales de la sociedad y de sus *frames* dominantes[15].

Unos años más tarde, desde una postura que recupera la mirada constructivista, Gamson (1992) relativizó ese poder "absoluto" que Gitlin le había otorgado a los medios de comunicación (Sádaba, 2008) y los definió como una fuente de conocimientos relevante, aunque no la única. Si bien los *frames* del discurso mediático proveen mapas que indican puntos de entrada y recorridos posibles y útiles en la construcción de la realidad, Gamson reconoce otras dos fuentes importantes: el conocimiento dado por la experiencia personal y la sabiduría popular, que se amalgaman con la primera en una interacción permanente entre lo individual y lo cultural. En los medios de comunicación, los *frames* actuarían como "faros" que iluminan determinados hechos, ignorando otros (citado en Sádaba, 2008, p. 45). La clave parece estar, entonces, en la capacidad de los marcos para combinar la dimensión individual —experiencia personal— y la social —experiencia cultural—.

Gamson (1992) analizó una serie de "encuadres de las acciones sociales" en los cuales identificó tres componentes: el primero, de injusticia, alude al daño producido por los actores; el segundo, de agencia, hace hincapié en la posibilidad de transformar las condiciones a través de la acción colectiva; por último, el de identidad supone la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

identificación de un adversario específico. El uso de estos *frames* por parte de las organizaciones sociales logra atraer potenciales simpatizantes que reconozcan los objetivos de dichas organizaciones (Aruguete, 2011b).

A la luz de este repaso, es posible observar la distancia teórica y epistemológica que, según la postura sostenida aquí, existe entre el *Framing* y la *Agenda Setting*. En el campo de las investigaciones en comunicación política se observa una fuerte división entre quienes consideran a la primera como parte de la segunda (Ghanem, 1997; McCombs, 1997; Takeshita, 2009) y quienes sostienen que se trata de perspectivas independientes (Amadeo, 2007; Aruguete, 2011a; Entman, 1993; Matthes, 2012; Reese, 2007; Scheufele, 2000). En esta última línea, se señala que la *Agenda Setting* se inscribe centralmente en el funcionalismo norteamericano y es una teoría de efectos, dado que procura explicar "la transferencia de relevancia de una agenda a otra" (McCombs, 2010, p. 199), mientras la preocupación del *Framing* excede ampliamente ese campo, al interesarse en todo el recorrido del proceso comunicacional, entendido de manera dinámica e interactiva. Por esa razón, el contexto en el cual se producen los mensajes cumple un rol más importante para este último (Maher, 2001).

En efecto, el *framing* es concebido aquí como un proceso dinámico e interactivo de creación y transmisión de significados que atraviesa todas las instancias de la comunicación: la elaboración y tratamiento de la información, el contenido de los textos noticiosos, los receptores de dichas noticias y la cultura, donde existe una serie compartida de patrones de cognición, percepción e interpretación que provee el vínculo entre la producción y el consumo (Aruguete & Koziner, 2014). Una elaboración teórica que procure aproximarse a un fenómeno de esa complejidad requiere una reflexión paradigmática que transcienda la mirada de corte funcionalista que ha caracterizado a la *Agenda Setting*.

La riqueza epistemológica y la variedad conceptual que sustentan el *Framing* en comunicación han derivado en un sinnúmero de debates entre distintas posturas teóricas. Estas van desde caracterizarlo como un "paradigma fracturado" que adolece de conceptualizaciones inequívocas (Entman, 1993; Van Gorp, 2007), a reconocerle la potencialidad explicativa de una transdisciplina capaz de conectar áreas tradicionalmente compartimentadas en la investigación del proceso comunicativo y de proporcionar, así, un modelo integrador (Reese, 2001, 2007). En este sentido, se ha llegado a mencionar que el *Framing* constituye una meta-teoría que incorpora los distintos paradigmas de la comunicación; por eso, se trataría más bien de un programa de investigación (D'Angelo, 2002). El próximo apartado profundizará en este punto.

El *Framing* como un programa de investigación integral

La definición del *Framing* como perspectiva integral requiere detenerse en la doble acepción del término 'integral'. Según la Real Academia Española (2001), este significa, al

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

menos, dos cosas: 1) Global, total; 2) Dicho de cada una de las partes de un todo: que entra en su composición sin serle esencial, de manera que el todo puede subsistir, aunque incompleto, sin ella. Si bien se trata de definiciones de algún modo complementarias, estas difieren en algo importante: la primera hace hincapié en la capacidad de reunir o englobar diferentes partes para constituir un todo comprensivo y coherente, la segunda se relaciona con cuán bien un elemento encaja o cabe en un todo que está situado fuera de él y lo completa (D'Angelo, 2012).

Para D'Angelo (2012), la integralidad del *framing* debe incorporar ambas acepciones, tanto la que alude a la aptitud de "encajar" como la referida a la de "reunir". Sin embargo, señala que otros trabajos pertenecientes a una misma familia de modelos integradores (D'Angelo, 2002; De Vreese, 2005; Reese, 2007; Scheufele, 1999) se enfocan exclusivamente en el *framing* como proceso capaz de trazar una pintura completa del proceso comunicacional (Matthes, 2012) y reunir, así, todas las instancias de la comunicación en un mismo estudio. Las miradas centradas únicamente en esta dimensión señalan la fragmentación que sufre la teoría (Entman, 1993) y esgrimen la necesidad de una postura unificada y totalizadora del proceso de encuadre, que estandarice las múltiples definiciones, modelos teóricos y modos de medir los *frames* existentes.

Desde una perspectiva meta-teórica, D'Angelo (2012) observa en aquellos trabajos un infructuoso esfuerzo por elaborar un cuerpo teórico coherente lo suficientemente concentrado y amplio a la vez como para abarcar todas las etapas de la comunicación —propuesta que ningún estudio podría implementar totalmente— y detener la proliferación de definiciones conceptuales y operacionales de *frame* y *framing*. Como contrapartida, el autor propone incorporar la segunda acepción del término "integral", que ha denominado "encajar en" ("*fit-into*"), en el abordaje teórico y metodológico de las investigaciones sobre *framing*.

Para la concepción de integralidad que incluye el significado "encajar en", no solo resulta aceptable sino también deseable que coexista en el campo académico una variedad de definiciones sobre qué son los *frames* y el *framing*, dado que los conocimientos acerca de estos fenómenos y la evolución de sus definiciones conceptuales y operacionales se nutren de esa diversidad. A nivel práctico, esta postura teórica habilita al investigador a reunir significativamente aquellos conceptos y procedimientos metodológicos que necesita para producir una pieza sólida de investigación sobre una porción del proceso de encuadre (D'Angelo, 2012).

Pueden rastrearse ambas aproximaciones integradoras en acción —o en tensión— en un mismo trabajo empírico a la luz del rol que estas desempeñan en el desarrollo de la teoría, la explicación de los conceptos y en los diseños operacionales. Para llevar a cabo un estudio integral en el sentido de "reunir" —el cual implica desarrollar un marco teórico para determinadas preguntas de investigación e idear un plan operacional apropiado, tanto para la recolección de datos como para su análisis— es necesario adoptar primero, y

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

comunicarla efectivamente en el trabajo, una noción de *frame* o *framing* desde el punto de vista de "encajar en". Al mismo tiempo, las teorías, los conceptos, y los abordajes metodológicos elaborados en función de objetivos de investigación se insertan en un modelo que despliega y define comprensiva aunque provisionalmente el proceso comunicacional desde la perspectiva del *Framing*. Para D'Angelo (2012), esta actitud "encapsula la batalla" que diversos estudios libran en sus revisiones teóricas, donde se plantea que la "dispersión" de sus definiciones ha puesto en "problemas" a esta corriente (p.356).

Desde esta perspectiva, el *Framing* no puede ser considerado un "paradigma fracturado"[16] en los términos planteados por Entman (1993), pues, como se mencionó, forzar un entendimiento común entre disciplinas y aproximaciones diversas acabaría siendo contraproducente para la comprensión del proceso. Por este motivo, resulta más apropiado entenderlo como "programa de investigación multiparadigmático" (D'Angelo, 2002, 2012; Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014; Matthes, 2012):

> No hay, ni debe haber, un único paradigma del *framing*. Más bien, el conocimiento sobre el *framing* se ha ido acumulando porque el programa de investigación alienta a los investigadores a emplear y refinar muchas teorías sobre el proceso de encuadre bajo la guía de distintas perspectivas paradigmáticas (…). La diversidad teórica y paradigmática ha conducido a una visión comprensiva del proceso de encuadre, no a descubrimientos fragmentados en agendas de investigación aisladas (D'Angelo, 2002, p. 871).

La postura se apoya en la propuesta de Lakatos (1974), para quien los programas de investigación deben ser comprendidos como ambientes al interior de los cuales crecen los conocimientos acerca de un fenómeno. Un programa de investigación apoya la competencia entre distintas corrientes teóricas a la vez que provee criterios para evaluar las teorías individuales a la luz de nuevos datos. D'Angelo (2002, 2012) sostiene que el *Framing*, entendido de esta manera, ha sido capaz de "juntar a compañeros de cama extraños que difieren entre sí en importantes supuestos filosóficos" (Reese, 2007, p. 149). Así, se ha nutrido de los conocimientos provenientes de los tres paradigmas propios de la comunicación —el cognitivo, el constructivista y el crítico— permitiendo un conocimiento global de todas las facetas del proceso de encuadre. La sistematización de estas perspectivas resulta más clarificadora que la tradicional distinción entre las corrientes psicologista y sociologista[17] del estudio del *framing* (Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014).

El paradigma cognitivo centra su atención en la comprensión de los modos en los cuales los *frames* mediáticos son capaces de operar sobre los esquemas mentales de los individuos — sus conocimientos previos, experiencias, emociones y creencias personales— e incidir en la interpretación que estos hacen de los asuntos públicos y en las decisiones que toman en relación con ellos (Price, Tewksbury, & Powers, 1997). Por caso,

las interpretaciones del fenómeno de la pobreza que realicen las audiencias será distinta si los mensajes mediáticos la presentan como un problema social estructural en el cual el Estado debe desempeñar un papel central, que si la presentan como un problema individual ligado a las limitaciones de las personas afectadas por ella (D'Adamo, García Beaudoux, & Freidenberg, 2000).

Los *frames* son considerados entonces variables independientes capaces de generar efectos en las audiencias, los cuales se determinan a partir del análisis de correspondencia entre el encuadre que los medios de comunicación realizan de las historias que presentan y el encuadre que las audiencias llevan a cabo de esas mismas noticias (McLeod, Kosicki, & Mcleod, 1996).

Por lo general, la técnica utilizada para indagar en los efectos que surgen en los pensamientos individuales de la exposición a ciertos encuadres es el experimento. En el caso de la psicología política —disciplina que ha indagado ampliamente en el fenómeno— "el efecto no trata tanto de trasladar el énfasis de los medios al público, sino de volver algunos valores y hechos más relevantes para el receptor en el razonamiento que hace de un asunto" (Reese, 2010, p. 21).

Desde esta perspectiva, los efectos son producto de un proceso de negociación en la interacción entre el individuo y los textos. En dicho intercambio intervienen no solo las creencias, opiniones y valores previos de las audiencias sino también factores propios del tratamiento mediático de los asuntos, como la credibilidad de las fuentes, el grado de conocimiento político, la importancia otorgada al caso, las conversaciones interpersonales, el tipo de *frame*, su repetición o la pugna de enfoques alternativos, entre otros (D'Angelo, 2002; Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014).

Aquí es posible, nuevamente, señalar una diferencia con los estudios que se inscriben en la *Agenda Setting.* Mientras el *Framing* analiza el proceso mediante el cual los esquemas presentes en los individuos colaboran en la interpretación que hacen de las situaciones presentadas en los discursos de los medios de comunicación, la *Agenda Setting* se interesa exclusivamente por el resultado de dicho proceso; es decir, por los efectos cognitivos que los textos mediáticos provocan en las mentes de la audiencia (Amadeo, 2007).

El foco del mayor número de críticas a esta postura paradigmática ha sido, fundamentalmente, la "creciente tendencia a explorar los *frames* simplemente como características del contenido que producen efectos de los medios" (Carragee & Roefs, 2004, p. 215). Ello conduce a una subestimación de los contextos en los cuales las informaciones son elaboradas y consumidas, descuidando los factores que contribuyen a que ciertos *frames* —y no otros— cobren mayor poder para influir en la opinión pública sobre un tema.

El paradigma crítico parte justamente de la debilidad señalada a los estudios cognitivistas. Desde la perspectiva crítica, los *frames* no surgen y se desarrollan en el

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

vacío, por lo que se reclama tomar en consideración el contexto en donde nacen los encuadres, las relaciones de poder que se plasman en los textos de los medios (*frame building*) y las consecuencias sociales provocadas por ese proceso (Entman, 1991; Gitlin, 2003; Tuchman, 1983[18]).

La visión crítica se sostiene en la idea de que los *frames* que los periodistas plasman en los textos sirven a los intereses de las élites y colaboran, así, en la reproducción de su hegemonía ideológica en la sociedad (Gitlin, 2003)[19]. Sin embargo, no se trata necesariamente de un proceso deliberado. Tal como fue señalado por Tuchman (1983, 1999), las rutinas profesionales de los periodistas, apoyadas en mecanismos institucionales y presentadas como procedimientos "objetivos", contribuyen a legitimar el *statu quo*. En esta línea, se afirma que los *frames* promovidos por las fuentes oficiales y por actores económica y culturalmente poderosos tienen una mayor presencia en los contenidos mediáticos (Gans, 2004).

Marín Albaladejo & Zamora Medina (2014) vinculan las investigaciones del paradigma crítico con la teoría de la indexación (*indexing*), formulada por Bennett (1990, 2012), que sostiene que los medios tienden a priorizar los asuntos y los puntos de vista de las élites políticas y de las instituciones con mayor poder. Según esta teoría, los periodistas buscan cubrir los conflictos que se producen en el nivel oficial y entre las distintas fuerzas políticas. Para ello, acuden a fuentes oficiales, que revisten de legitimidad la información que publican. Con "fuentes oficiales", el autor alude a funcionarios públicos o instituciones gubernamentales "con poder para afectar el resultado de un evento noticioso en desarrollo" (Bennett, 1996, p. 376).

La principal herramienta metodológica en este tipo de trabajos es el análisis de contenido de las noticias. Para el estudio de los efectos que los *frames* provocan en la ciudadanía, el foco está puesto en la opinión pública, ya que el interés no reside en las conductas individuales sino en los efectos políticos y sociales (Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014).

Una de las principales observaciones que se hacen al paradigma crítico es su tendencia a definir el proceso de encuadre como una forma de imponer a la sociedad "unos símbolos que no le son propios" (Sádaba, 2008), reduciendo el papel del periodista al de mero transmisor de intereses que le son ajenos y descuidando el origen sociocultural de los *frames*, en cuya dinámica de funcionamiento también participan activamente las audiencias. En este sentido, se pone en cuestión la idea de pensar al *Framing* como una teoría de efectos.

El tercer paradigma, llamado constructivista, comprende al *framing* como un proceso dinámico e interactivo de construcción de la realidad social[20]. En este sentido, los *frames* son conceptualizados como paquetes de recursos simbólicos o "colecciones de herramientas" (D'Angelo, 2002, p. 877) para la interpretación de los asuntos públicos (Reese, 2007). Esta cobra forma a partir de imágenes y significados insertos en las

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

representaciones simbólicas plasmadas en los medios de comunicación, pero también intervienen otros factores, como las experiencias personales, las características del asunto, las identificaciones culturales previas o la memoria colectiva de una comunidad (Gamson & Modigliani, 1989; Neuman *et al.*, 1992). A la vez, las informaciones publicadas por los medios se ven influidas tanto por las características individuales de los periodistas, las rutinas profesionales y los factores organizacionales, como por elementos externos. Entre ellos, Pamela Shoemaker & Stephen Reese (1996) sitúan los otros medios de comunicación, la relación con las fuentes de información, la acción de los grupos de interés, las políticas públicas y las características de la industria en la cual se insertan.

Según la perspectiva constructivista, las convenciones culturales y las tradiciones narrativas plasmadas en las noticias son el espacio privilegiado para el funcionamiento de los *frames* (Gamson & Modigliani, 1989; Van Gorp, 2007), que se expresan como patrones persistentes en la definición de los asuntos, el establecimiento de sus causas, implicancias y posibles soluciones (Entman, 1993). Cuanto mayores sean las resonancias culturales que estos provocan en la audiencia, mayor será el éxito que obtengan a la hora de activar los esquemas de los individuos que integran una comunidad. Sin embargo, ello no quiere decir que el *framing* no sea un proceso dinámico, dado que los *frames* funcionan en circunstancias cambiantes (Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014).

En términos generales, los autores identificados con este paradigma apoyan los abordajes metodológicos variados, según la instancia comunicacional en la cual se centre la investigación: los sondeos de opinión, la observación de las redacciones y las entrevistas han sido implementadas para analizar la construcción de los *frames* (*frame building*). Por otra parte, para el estudio de los textos, se ha utilizado el análisis de contenido y el del discurso, mientras que la instancia de recepción se ha abordado mediante la técnica del *focus group*, que estudia la articulación entre el discurso mediático y la opinión pública en la conversación social (Gamson, 1992; Price *et al.*, 2005). Las encuestas también han sido utilizadas como una técnica capaz de revelar los modos en los cuales las audiencias encuadran los asuntos públicos (Matthes, 2012).

La aproximación constructivista parece ofrecer mejores herramientas para una perspectiva integral en los dos sentidos del término: por habilitar una mirada completa para el análisis del proceso de *framing* y por generar la producción de investigaciones focalizadas en distintas instancias que “encajen en” un programa más amplio. Desde esta visión, los sentidos sociales son producto de una negociación en la cual resulta fundamental el contexto político y cultural donde se produce el mensaje, así como las características de los medios, de las audiencias y de las representaciones plasmadas en los textos mediáticos.

Una de las críticas que se le ha formulado al paradigma constructivista es que desatiende la relación entre los *frames* de los medios de comunicación y el poder político y social. En este sentido, se ha reclamado la integración de la investigación del Encuadre con

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

la tesis de la hegemonía mediática (Carragee & Roefs, 2004). Este diálogo entre dos perspectivas haría lugar a la pretensión de Entman (1993, p. 58) de que la investigación del *Framing* en comunicación contribuya al desarrollo de la teoría social "en el sentido más amplio", que permita resaltar el rol que este proceso desempeña en la construcción social del sentido. En definitiva, "estudiar la construcción de la realidad a través del encuadre implica necesariamente un examen del poder" (Carragee & Roefs, 2004, p. 217).

La **Tabla 1.1** resume los planteos centrales de cada uno de los paradigmas, así como las principales críticas que estos han recibido. Aunque —como toda clasificación— resulta esquemática, el propósito es el de apuntar sus principales diferencias para luego sintetizar la postura paradigmática en la cual se inscribe este trabajo.

Tabla 1.1. Paradigmas del *Framing* en comunicación.

	Cognitivo	**Crítico**	**Constructivista**
Foco de atención	Efectos de los mensajes mediáticos en los esquemas perceptivos de las personas.	Relaciones de poder que se plasman en los textos de los medios y consecuencias sociales provocadas por ese proceso.	Construcción de la realidad social como proceso dinámico e interactivo.
Noción de *Frame*	Variables independientes que operan sobre los esquemas mentales e inciden en la interpretación que los individuos hacen de los asuntos públicos.	Principios que los periodistas plasman en los contenidos y que sirven a los intereses de las élites.	Paquetes de recursos simbólicos para la interpretación de los asuntos públicos.
Métodos y técnicas	Análisis de contenido. Experimentos	Análisis de contenido. Encuestas de opinión pública.	Sondeos, observación, entrevistas. Análisis de contenido / del discurso. *Focus group*.
Principales críticas que se le han hecho	Subestimación de los contextos socioculturales y de las relaciones de poder.	Tendencia a definir el *framing* como una forma de imponer a la sociedad símbolos que no le son propios.	Poca atención al poder diferencial que ejercen los medios en la construcción de la realidad y a la relación entre los *frames* y el poder político y social.

Fuente: elaboración propia.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La comprensión del *Framing* como un programa de investigación integral, tal como se sostiene aquí, identifica aportes teóricos y metodológicos valiosos en los abordajes surgidos de los tres paradigmas cuando se trata de abordar el proceso activo de creación, selección y moldeado de los *frames*. Reconoce además la posibilidad de incorporar elementos provenientes de distintos paradigmas en un mismo estudio, tal como sugieren D'Angelo (2002) y Reese (2007).

En efecto, durante los últimos años ha florecido una cantidad de trabajos que ponen a dialogar elementos de diferentes paradigmas (Entman, 2004; Lewis & Reese, 2009; Matthes, 2012; Reese, 2007, 2010). La síntesis de distintas aproximaciones se puede encontrar tanto en el plano metodológico como en el conceptual (D'Angelo 2002, 2012).

En uno de sus trabajos, Reese (2010) define su perspectiva como "crítico-constructivista":

> … crítico, en el sentido de que veo los *frames* en tanto expresiones y resultados del ejercicio del poder, desigualmente distribuido con una opinión pública dominada en consecuencia; y constructivista, en el sentido de que le otorgo a los participantes del proceso, tal como los periodistas, cierta autonomía profesional que tomo en serio, utilizando los *frames* como "paquetes interpretativos" en la creación de definiciones del mundo social (p. 19).

En esta Tesis se adhiere a la "síntesis paradigmática" (Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014, p. 30) propuesta por Reese (2010), pues se considera que las herramientas que los actores sociales utilizan para estructurar la realidad, y su creación y manipulación son a menudo controladas por las elites en la reproducción de su dominio discursivo. Sin embargo, estos sentidos tienen resonancias culturales (Gamson, 1992; Gamson & Modigliani, 1989). En otras palabras, están integrados a la comprensión de los distintos asuntos políticos y de la cultura cotidiana; por lo tanto, "son considerados normales y naturales" (Lewis & Reese, 2009, p. 87).

Más allá de la perspectiva multiparadigmática que este amplio programa de investigación comprende, debe tenerse en cuenta que no cualquier concepción puede ser contenida en él. Como buen programa de investigación, este necesita de una serie de premisas que conforman el "núcleo duro" de la exploración (D'Angelo, 2002; Matthes, 2012). Es decir, proposiciones teóricas esenciales compartidas por todos los investigadores del *Framing* que se incluyen en él. Descartar estas ideas del núcleo duro implica el abandono de todo el programa.

Para D'Angelo (2002), el núcleo duro del *framing* puede sintetizarse en cuatro conjeturas presentes en mayor o menor grado en los distintos estudios. Estas son representadas en el **Gráfico 1.1**. En primer lugar, los *frames* pueden ser entendidos como unidades temáticas dentro de las noticias que son transportadas por diversos dispositivos de encuadre. El contenido de estos *frames* "amalgama ítems textuales —palabras e

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

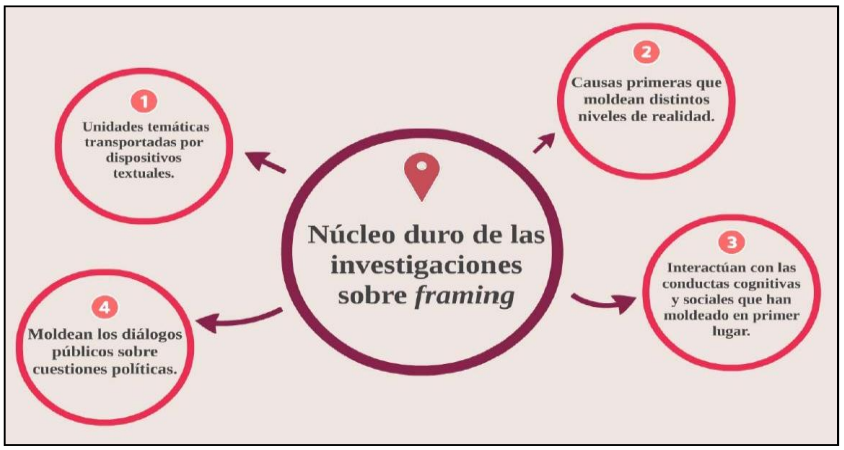
imágenes— con el tratamiento contextual que estos reciben de los dispositivos de encuadre. Los encuadres son considerados, así, ontológicamente distintos al tópico de la historia" (p. 873), que refiere más bien "la etiqueta que resume el dominio de las experiencias sociales cubiertas por un relato" (Pan & Kosicki, 1993, p. 58).

En segundo lugar, independientemente del tópico del que se trate, los *frames* noticiosos "son causas primeras que moldean diversos niveles de la realidad" (D'Angelo, 2002, p. 873), poderosas claves discursivas capaces de impactar en el conocimiento, en la socialización individual a través de la discusión interpersonal, en la formación de la opinión pública y en la utilización que determinados grupos hacen de los medios para lograr sus objetivos. Tal como afirma Entman (1993), "cualquiera sea su uso específico, el *framing* ofrece un modo consistente de describir el poder en un texto comunicativo" (p. 51).

La tercera premisa del *Framing* en tanto programa de investigación sostiene que los encuadres noticiosos interactúan con aquellas conductas cognitivas y sociales que han moldeado en primer lugar. En parte, esta conjetura reposa en la doble dimensión del *frame*, entendido como esquemas individuales que intervienen en el procesamiento de la información y como dispositivos insertos en el discurso (Van Gorp, 2007).

Por último, D'Angelo (2002) afirma en su cuarta premisa que los *frames* le dan forma a "los diálogos públicos sobre cuestiones políticas" (p. 874). En este sentido, se le reconoce al periodismo un vínculo con los principios del pluralismo[21]. A pesar de que varias refutaciones convincentes al pluralismo clásico conducen a tomar en cuenta las funciones democráticas de modo más realista (Held, 1987, citado en D'Angelo, 2002), los investigadores del *framing* coinciden en señalar el rol que los medios desempeñan como transmisores de información que capacita a los ciudadanos en la comprensión de las dinámicas políticas y en la toma de decisiones.

Gráfico 1.1. Premisas sobre el *frame* en las investigaciones de *framing*.
Fuente: elaboración propia.



En función de las conjeturas que sostienen el programa de investigación del *framing* de los medios de comunicación, el trabajo empírico que esta Tesis propone se ubica en aquello que Van Gorp (2007) sitúa como el punto de partida de la familia de investigaciones integrales de *framing.* Es decir, en la identificación y análisis de los encuadres mediáticos en el discurso informativo. En un sentido muy general, puede afirmarse que esta área de trabajo tiene como objetivo rastrear la estructura de interpretación global de la realidad que subyace en la cobertura informativa (Mariño & López Rabadán, 2009, p. 24).

Aun cuando la propuesta de esta Tesis se inscribe en esa línea, la cual asume que la forma de definir los asuntos no debe ser concebida en un sentido unidireccional sino dinámico, interactivo e integral, el análisis centrará su atención en una fase de ese proceso, pues se propone estudiar el tipo de tratamiento que la prensa económica le otorgó a la LSCA. En este sentido, el trabajo pretende constituirse en un aporte específico para el abordaje de los contenidos noticiosos, que "encaje en" (*fits in*) un cuerpo mayor de investigaciones.

No obstante, la comprensión de los textos noticiosos como objetos complejos y polifónicos (Amado, 2014) demanda una indagación en las particularidades del entorno en que estos son producidos en busca de herramientas conceptuales y de datos empíricos que permitan elaborar un análisis contextuado (Arrueta, 2010). Ello es así porque el contexto es concebido como productor y, a la vez, como producto de acontecimientos y de discursos. Para decirlo en los términos específicos del *Framing*: los encuadres mediáticos no surgen y se desarrollan en el vacío (Carragee & Roefs, 2004). El armazón narrativo que proponen y mediante el cual promueven ciertas —y no otras— definiciones e interpretaciones de los asuntos públicos es consecuencia de la interacción de diversos actores sociales cuyas relaciones de poder se plasman en los *frames* que se proyectan hacia el resto de la sociedad (Hänggli, 2012).

En esta investigación, la indagación contextual se despliega en dos sentidos interrelacionados que permiten complejizar la aproximación a los textos y conectarlos con distintos aspectos relevantes de las condiciones en que fueron producidos: el primero refiere a las características del caso bajo estudio —la LSCA— y será desarrollado en el **Capítulo 2**. El segundo remite a la instancia de elaboración de la información en los diarios *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, unidades de contexto de la investigación, y será explorado en el **Capítulo 3**.

La especificidad del caso cuyo tratamiento mediático se procura analizar será abordada a partir de una doble estrategia, que excede la mera descripción. Primero, se atenderá al proceso político que culminó en la sanción de la LSCA a la luz de los aspectos considerados más relevantes para la cobertura periodística de dicho proceso. Segundo, se examinará la norma a partir de herramientas conceptuales propias de los estudios de políticas públicas de comunicación. Concretamente, se conceptualizará la noción de 'interés público' para analizar, luego, cómo se lo concibe en el texto normativo. Este

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

trabajo empírico-analítico se llevará a cabo con la pretensión de hacer converger el análisis del campo de las políticas de comunicación con el *Framing*. Del diálogo entre estas dos perspectivas, surgirán algunas de las variables que integrarán la matriz de análisis de los textos noticiosos.

Mauro Wolf (1987, p. 186) afirma que los *mass media* "tematizan dentro de unos márgenes que no definen, sobre un territorio que no delimitan sino que simplemente reconocen y rastrillan". La metáfora resulta fructífera para explicar por qué las indagaciones en el ámbito de las políticas de comunicación y en la instancia productiva de las noticias colaboran en el conocimiento y en la teorización sobre los textos mediáticos. Reconociendo el aporte del planteo de Wolf, se sostiene aquí que este debe ser ampliado, pues el terreno no conserva sus formas luego de la tematización de los medios: nuevas rutas se trazan mientras otras se clausuran, se bifurcan o se repavimentan. Y aunque ese proceso exceda los alcances del trabajo empírico propuesto por esta Tesis, se considera pertinente señalarlo porque forma parte de la postura teórico-epistemológica en la cual se funda —y se justifica— la presente investigación.

Estrategia metodológica

La decisión de denominar "estrategia metodológica" a este apartado no es antojadiza. Lo que se pretende con ella es enfatizar la idea de que se trata de una creación al servicio de la pregunta que guía la investigación y del aporte que esta pretende hacer. La investigación científica es concebida aquí en los términos propuestos por Bailyn (1977). Es decir, como un proceso cognitivo antes que como un proceso de validación de ideas previamente formuladas. La efectividad del método no puede ser entonces medida únicamente a partir del seguimiento de una secuencia unidimensional de pasos que garantizan el arribo a los mejores resultados. Es la sensibilidad a las exigencias de un problema (Toulmin, 1972) el factor que vuelve óptimo a un diseño metodológico determinado.

La presente Tesis constituye un estudio de caso. El rasgo central de este tipo de investigaciones es que se propone analizar un objeto en profundidad y definir sus singularidades (Stake, 1999). La reflexión conceptual al respecto es sumamente vasta y se caracteriza por una variedad de definiciones[22]. Aunque buena parte de los trabajos encuadran los estudios de caso dentro los enfoques puramente cualitativos, estos pueden combinar distintos tipos de datos a fin de llevar a cabo abordajes complementarios del objeto bajo análisis. En efecto, "la versatilidad del estudio de caso permite construir la evidencia empírica asociada a una variedad de enfoques teóricos y temas" (Sautu, 2003, p. 42).

Yin (2003) establece una definición que atiende a cuestiones de alcance, recopilación de datos y estrategias de análisis (Duff, 2008). Para este metodólogo, un estudio de caso es

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

una investigación empírica que indaga un fenómeno en su contexto, especialmente cuando los límites de dicho fenómeno no son claramente evidentes. Este tipo de indagaciones parte del interés en distintas variables de análisis que pueden abordarse a partir de múltiples fuentes de evidencia que, muchas veces, requieren de la triangulación de datos. Además, "se beneficia del previo desarrollo de proposiciones teóricas que orientan la recolección de los datos y su análisis" (Yin, 2003, p. 14).

Por su parte, Sautu (2003) identifica tres rasgos centrales del estudio de caso. En primer término, se focaliza en un fenómeno en particular, incluso cuando al elegirlo se toma en cuenta que se trata de un caso que comparte determinadas características con otros. Es la especificidad del caso la que atrae el interés del investigador. En segundo lugar, tiene un alto contenido descriptivo, pues pretende exhibir las complejidades del caso y dar cuenta de que existe más de un factor o circunstancia que contribuye a esa complejidad. Los análisis suelen incluir citas y transcripciones que apuntan los detalles. Tercero, su cualidad heurística apunta a cómo suceden los hechos y por qué razones, además del contexto en el que tienen lugar. En ese marco, los estudios de caso pueden acudir a una variedad de métodos y técnicas para la producción de evidencia empírica.

Según Rodríguez Gómez, Gil Flores & García Jiménez (1999), el estudio de caso privilegia el razonamiento inductivo, en tanto se caracteriza por el descubrimiento de nuevas relaciones y conceptos. En esta Tesis, la inducción es precedida un razonamiento de tipo abductivo. La abducción se entiende como la percepción intuitiva de conexiones entre distintos aspectos del mundo (Sebeok & Sebeok, 1994, citado en Valdettaro, 2015). En este punto se inscribe la articulación teórica propuesta entre los estudios de políticas públicas de comunicación —a partir de la noción de 'interés público'— y el *Framing*.

Se parte de una intuición analítica que orienta la mirada hacia algunos aspectos conceptuales de la LSCA, a fin de conectarlos con una serie de regularidades percibidas en los rasgos de los diarios y en sus coberturas del asunto. En cuanto a estas últimas, se hará una aproximación inductiva a una muestra del corpus de notas delimitado para la investigación con el objetivo de afinar la observación. Luego, mediante un ejercicio de elaboración teórica, se procurará incorporar los distintos tipos de datos a la matriz que se conformará para el análisis de las notas. Esta última instancia involucrará un tercer razonamiento, de tipo deductivo, pues la matriz será aplicada a la recolección sistemática de los datos de las notas — proceso denominado 'codificación', en el marco del análisis de contenido— y al procesamiento de los mismos (Sautu, Boniolo, Dalle, & Elbert, 2005).

En palabras de Alberto Marradi, "el método consiste esencialmente en el arte de elegir las técnicas más apropiadas para enfrentar un problema cognoscitivo, eventualmente combinándolas, comparándolas, aportando modificaciones e incluso proponiendo alguna solución nueva" (2002, p. 122). A partir de la síntesis paradigmática propuesta más arriba y de los razonamientos de tipo abductivo, inductivo y deductivo que guiarán la investigación, la estrategia metodológica diseñada opta por combinar técnicas propias del enfoque

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

cualitativo —como el análisis de fuentes primarias y secundarias y las entrevistas en profundidad— con una técnica cuantitativa: el análisis de contenido. Como se verá, no todas tienen el mismo peso en la Tesis.

Tal como lo ha planteado Vasallo de Lópes (1999), la caracterización de los enfoques cualitativo y cuantitativo como contradictorios se apoya en una falsa dicotomía. Ella ha tendido a identificar lo cuantitativo a las investigaciones descriptivas y lo cualitativo a las investigaciones interpretativas en lugar de identificar los aportes que ambas pueden arrojar si se las pone a dialogar. Por mencionar solo un ejemplo, "[las] operaciones cuantitativas se apoyan en datos cualitativos originalmente recogidos y transformados en seguida" (p.25). Ciertamente, la combinación de técnicas propias de distintos enfoques metodológicos se llevará a cabo en virtud de la complementariedad de los datos que estas son capaces de producir.

Aunque los resultados se presentarán de modo ordenado en los capítulos, las técnicas de recolección no se aplicarán necesariamente una después de la otra sino en sucesivas "rondas", siguiendo la lógica de Sautu (2003). Es decir, en distintas fases de trabajo que, con cierto carácter recursivo, evaluarán los datos recolectados y harán ajustes sobre la articulación entre la teoría y la estrategia metodológica. En este sentido, los datos serán procesados de diversos modos en función de enriquecer el análisis del tratamiento mediático de la LSCA, que es el objeto de estudio de la investigación.

El análisis de fuentes primarias —leyes, decretos y resoluciones, entre otros documentos— y secundarias —investigaciones de especialistas en la temática— estará apoyado sobre un conjunto de conceptos propios de las políticas públicas de comunicación. Estos conformarán la teoría sustantiva (Sautu, 2003) desde la cual se examinará la LSCA. Esta técnica aportará datos para la comprensión del fenómeno y, en última instancia, para la elaboración de la matriz de análisis de los textos noticiosos. La operacionalización de los encuadres que serán rastreados en las coberturas procurará incorporar dichos datos cualitativos específicos del caso para la elaboración de las variables.

La realización de entrevistas cualitativas semi-estructuradas (Edwards & Holland, 2013) a periodistas, editores y directivos de ambos periódicos permitirá extraer una serie de datos cualitativos que, complementados con el análisis de fuentes documentales —material producido por los periódicos e investigaciones sobre su funcionamiento— aportarán información de tipo meso y micro acerca de los diarios (Brüggemann, 2014). Estos estarán apoyados en una teoría sustantiva que combinará conceptos provenientes del *Framing* y del *Newsmaking*.

La información meso alude a los rasgos generales de los diarios, en tanto unidades de contexto del análisis de contenido. La de tipo micro, en tanto, se refiere al trabajo periodístico concreto y a la organización de la cobertura de la LSCA. Estos datos también abonarán a la elaboración del instrumento con el que se abordarán los textos y

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

complementarán, asimismo, la interpretación de los resultados del análisis de contenido.

El listado de entrevistados se incluye en el **Anexo IV** de la Tesis. Aunque tanto allí como en el **Capítulo 3** se menciona el rol que cada uno de ellos desempeñaba en los diarios en 2009 —año en el que se centra el estudio—, se utilizan seudónimos en lugar de sus nombres reales, a fin de proteger sus identidades. Esta decisión se funda en dos argumentos: en primer lugar, se procura preservar las fuentes de trabajo de quienes aun ocupan algún puesto en las empresas periodísticas analizadas aquí. En segundo término, se pretende cuidar las redes de vínculos laborales de quienes ya no trabajan en estos diarios pero continúan desarrollándose profesionalmente en el campo periodístico.

Las técnicas cualitativas serán complementarias del análisis de contenido cuantitativo que se llevará a cabo en el **Capítulo 4** sobre el corpus de las 350 unidades que conforman las coberturas de ambos periódicos. Ciertamente, la matriz o libro de códigos para la recolección de los datos se elaborará como una síntesis teórico-metodológica en la cual convergirán los distintos tipos de datos. A los mencionados se añadirán los provenientes de la inmersión cualitativa a una pequeña muestra de dicho corpus.

En suma, la combinación de miradas teóricas, tipos de técnicas y clases de datos será tributaria del abordaje de las coberturas, las cuales constituyen la unidad de observación de la investigación (Denzin, 1978). Por lo tanto, son las coberturas las que organizarán todo el trabajo conceptual y empírico.

Estructura de la Tesis

En este apartado se describen los contenidos mínimos de cada capítulo que compone la Tesis con el objetivo de explicitar cómo aporta cada uno de ellos al argumento general de la investigación. El trabajo se organiza en cinco capítulos.

En esta introducción se presentó la pregunta-problema que motivó la investigación: ¿qué tipo de tratamiento noticioso recibió el proceso de debate y sanción de la LSCA en la prensa gráfica argentina especializada en economía y finanzas entre marzo y octubre de 2009? En relación con este interrogante, se recuperaron algunos trabajos que constituyen los antecedentes del planteo del problema. La mayor parte de las investigaciones detectadas abordan objetos de estudio similares, aunque sus enfoques conceptuales difieren. El recorrido no procuró ser exhaustivo —pues cada capítulo sistematizará los distintos conjuntos de trabajos que forman parte de su estado del arte— sino suficiente para dar cuenta del área de vacancia en la cual se inserta la propuesta de esta Tesis.

En segundo término, se presentaron los objetivos de la investigación, las preguntas y las hipótesis que se desprenden de ellas. Luego, se desarrolló la postura teórica y epistemológica que sustenta el trabajo empírico-analítico y la estrategia metodológica diseñada para alcanzar los objetivos propuestos.

El segundo capítulo procurará describir el proceso de debate y de negociación

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

parlamentaria que culminaron en la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), y analizar las características centrales de la norma.

En primer lugar, contextualizará la situación política, económica y social en la que emerge la iniciativa de debatir un nuevo marco regulatorio para los medios audiovisuales. En ese contexto, se destacará la importancia del conflicto que se produjo entre marzo y julio de 2008 entre el Gobierno nacional y las principales corporaciones agrarias a raíz de la implementación de retenciones móviles a la exportación de granos y oleaginosas, pues en esa crisis se identifica la oportunidad para el ingreso del tema a la agenda política.

En segundo término, se detallarán los hechos políticos más relevantes en el proceso que desembocó en el tratamiento de un proyecto de ley para los medios audiovisuales en ambas cámaras del Congreso de la Nación. Se destaca el rol del colectivo de organizaciones denominado Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD) en el desarrollo de dicha cuestión.

En tercer lugar, se caracterizará la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, entendida como una medida de política de comunicación, y se conceptualizará la noción de "interés público" (McQuail, 2010; Van Cuilenburg & McQuail, 2003). A continuación, se rastrearán aquellos valores basados en este concepto que son protegidos por el texto de la norma.

Como se mencionó, el objetivo del capítulo es doble: por una parte, pretende proveer una descripción contextual profunda del caso de estudio cuya cobertura se analizará. Por la otra, propone herramientas conceptuales que serán insumo para la elaboración de los encuadres que se rastrearán en el tratamiento que dicho caso recibió en la prensa gráfica especializada en economía y finanzas y que, consecuentemente, formarán parte de la interpretación de los datos.

En el tercer capítulo se describirá el sector de la prensa gráfica diaria en la Argentina, en términos políticos y económicos. Luego, se precisarán las características diferenciales de la prensa económica respecto de los matutinos generalistas y se profundizará, con una mirada histórica, en las unidades de contexto de esta Tesis: *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Luego, se analizarán dos aspectos centrales de la producción noticiosa en ambos periódicos: la labor de los periodistas y editores y la relación entre periodistas y fuentes. Con las limitaciones metodológicas que supone el paso del tiempo —las entrevistas fueron realizadas entre seis y siete años después de la sanción de la LSCA—, estos aspectos se complementarán con los datos obtenidos en relación con la cobertura del caso.

La función que el capítulo desempeña en la Tesis es la de caracterizar la historia y la actualidad de los diarios estudiados como complemento imprescindible del análisis de contenido que se llevará a cabo en el capítulo siguiente, tanto para la creación de las variables que se utilizarán en el análisis de contenido, como para la interpretación de los resultados del mismo.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El cuarto capítulo es el más complejo de la investigación, pues en él convergerán los aportes de los apartados anteriores. En primer lugar, se desarrollará el marco teórico-metodológico que sustentará el trabajo empírico con los textos: las definiciones conceptual de *frame* y operacional de *framing*, así como la noción de *standing*, traducida aquí como 'crédito' de las fuentes. En segunda instancia, se presentará el libro de códigos (*codebook*) elaborado para el análisis de contenido de las coberturas noticiosas de la LSCA llevadas a cabo por ambos periódicos. Cada una de las variables, así como sus respectivos sistemas categoriales, se creará a partir de la operacionalización de las definiciones conceptuales y operacionales de los términos críticos que integran este objeto de estudio.

En tercer lugar, se realizarán las pruebas de fiabilidad del proceso de codificación, tal como lo prevé la técnica del análisis de contenido. El objetivo de este tipo de procedimientos consiste en determinar el grado de concordancia con el que fueron recolectados los datos. Finalmente, se expondrán los resultados del análisis de contenido.

El objetivo del cuarto capítulo en el marco de la Tesis es el de crear, en una síntesis conceptual y metodológica, la matriz de análisis con la cual se abordarán los contenidos noticiosos y sistematizar los principales resultados que surjan del trabajo empírico con los textos.

Finalmente, las conclusiones de la Tesis se expondrán en el sexto capítulo, organizadas en función de tres ejes: los principales hallazgos de la investigación en relación con los objetivos propuestos, el aporte teórico teórico-metodológico que se pretende hacer y, por último, las limitaciones del trabajo. Estas últimas incluirán una serie de desafíos que se propondrá emprender en futuras investigaciones.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

2. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. "La ley de la democracia"[23]

> …resulta esencial el desarrollo de políticas integrales de la comunicación nacional que conecten los objetivos sociales, culturales y económicos globales. Tales políticas deberán surgir de amplias consultas con todos los sectores implicados mediante mecanismos para la participación de grupos sociales organizados en su definición y ejecución.
>
> Sean MacBride[24].

Introducción

El 10 de octubre de 2009, la Cámara de Senadores de la Nación argentina aprobó la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), destinada a regular el funcionamiento de la radio y de la televisión abierta, por cable y por satélite. Desde 1980 y hasta ese momento, el marco normativo más importante para el sistema nacional de medios audiovisuales había sido la Ley de Radiodifusión 22.285[25], sancionado por la dictadura militar que gobernó el país entre 1976-1983 y modificado por los sucesivos gobiernos a través de reformas legislativas y decretos de necesidad y urgencia. Si bien se habían registrado algunos intentos de reemplazar la discriminatoria, centralista y autoritaria norma (Mastrini, 2009; Mastrini & Loreti, 2009) por otra nacida en el seno del sistema democrático, dichas reformas tendieron, en general, a acentuar las características más lesivas para el acceso y la participación ciudadanas[26] (Elíades, 2009).

Las medidas políticas más relevantes en materia de comunicación entre 1980 y 2009, todas ellas integradas en políticas públicas de mayor alcance, han sido desarrolladas en detalle principalmente por Mastrini (2009, 2014), Becerra (2010, 2015), Marino, Mastrini & Becerra (2012), Marino (2013), Califano (2014) y Torres Molina (2014). Loreti (2006, 2007, 2010) y Elíades (2003, 2004, 2009) aportaron pormenorizados análisis de los marcos normativos nacionales e internacionales para la radiodifusión, así como de su aplicación.

En términos globales, puede afirmarse que durante ese período el mapa de medios audiovisuales se orientó progresivamente hacia la concentración y extranjerización de la propiedad en pocos pero grandes grupos —algunos de los cuales se asociaron a capitales financieros—, la tercerización de las producciones audiovisuales, la centralización alrededor de la zona metropolitana de Buenos Aires y la prohibición de la posibilidad de ofrecer servicios de radiodifusión a organizaciones sin fines de lucro. Sobre este último punto, recién en 2005 se introdujo, mediante la Ley 26.053, una modificación que permitió al sector no comercial acceder a licencias. Sin embargo, ello fue con restricciones, en tanto se excluyó de esa posibilidad a las cooperativas de servicios públicos (Califano, 2009, Marino *et al.*, 2012).

Galperín (2002) explica los cambios en la organización y en la dinámica de la industria de la televisión argentina de la década de 1990 mediante el análisis de tres vectores de transformación interrelacionados: la desregulación, la internacionalización y la

innovación tecnológica. El primero alude a los cambios en el marco regulatorio que minimizaron la intervención del Estado mediante la venta de redes públicas y la relajación de las normas que restringían la propiedad y establecían pautas sobre el contenido. El segundo vector se refiere a la apertura de la industria de los medios nacionales a los inversores extranjeros. El tercero, la innovación tecnológica, apunta al desarrollo de plataformas de distribución, fundamentalmente la televisión por cable, y a la creciente convergencia en términos de infraestructura entre los diferentes sectores de la industria —por ejemplo, prestación conjunta de televisión por cable y servicios de Internet— y en la estructura del mercado.

Sobre la base de los tres vectores de transformación, el autor sostiene que si bien los ingresos de la industria de la televisión crecieron exponencialmente y la televisión por cable experimentó un desarrollo sumamente significativo durante los 90, desde el punto de vista de la política de medios los problemas más importantes del sector no fueron resueltos. Esto es, la falta de independencia y de un sistema de regulación que garantizara principios democráticos básicos como el pluralismo mediático, la libertad de prensa, el acceso asequible a las nuevas tecnologías de la comunicación y la competencia saludable entre los proveedores del mercado (Galperín, 2002). En sintonía con este planteo, Fox & Waisbord sostienen que "la trinidad de la privatización, liberalización y desregulación ha sido el mantra de los hacedores de políticas públicas de medios" (2002, p. 6).

En efecto, el entramado legal tejido durante la década de los 90 —y, en términos generales, hasta 2009— se caracterizó fundamentalmente por su adecuación a las necesidades de los actores económicamente más poderosos del sector regulado (Mastrini, 2009). Es por esa razón que el de "re-regulación" parecería ser un término más adecuado para caracterizar ese proceso. Esto es así porque se trató, más bien, de una revisión de la regulación entonces vigente con el objetivo de liberalizar el sistema de medios asegurándoles a los actores privados el control sobre los aspectos clave de dicho proceso (Mastrini & Mestman, 1996).

En ese marco, el texto de la LSCA aprobada en 2009 implicó una ruptura con los principios que habían predominado en la regulación de los medios audiovisuales hasta ese momento, pues la norma fue concebida desde el paradigma de los derechos humanos y en sintonía con los estándares internacionales en la materia (Loreti & Lozano, 2014). Para ello desempeñaron un rol relevante los foros abiertos y participativos de consulta llevados a cabo entre marzo y julio de 2009, así como audiencias públicas en la sede del Poder Legislativo de la Nación. El proceso involucró a varios sectores de la sociedad civil, algunas de cuyas demandas fueron incorporadas en el proyecto debatido en el Congreso, dotando de legitimidad la propuesta.

Este capítulo procura describir y poner en contexto los aspectos más importantes del debate y de la negociación parlamentaria que culminaron en la aprobación de la LSCA. En primer término, se refiere la trama política, económica y social en la que emerge la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

iniciativa de debatir un nuevo marco regulatorio para los medios audiovisuales. En ese marco, se hace especial hincapié en el conflicto desatado en marzo de 2008 entre el Gobierno nacional y las principales corporaciones agrarias a raíz de la implementación de retenciones móviles[27] a la exportación de granos y oleaginosas. Este puede considerarse como detonante público de la apertura de una "ventana de entrada" (Kingdon, 2014) que posibilitó el ingreso de la regulación de los medios audiovisuales a la agenda política (Hernández Prieto, 2015) y el nacimiento del tema como una cuestión sobre la cual el Estado tomó posición (Oszlak & O'Donnell, 1981). Se destaca el rol de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD) en el desarrollo de dicha cuestión.

Luego, se puntualizan los hechos políticos más relevantes en el proceso que desembocó en el tratamiento de un proyecto de ley para los medios audiovisuales en ambas cámaras del Congreso de la Nación. Se recorren las distintas instancias de debate público y parlamentario y algunas de las principales modificaciones realizadas al texto del anteproyecto de la norma originalmente presentado por el Poder Ejecutivo para su sanción en el Congreso.

En tercer término, se describen las características de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, entendida como una medida de política de comunicación (McQuail, 2010) y se conceptualiza la noción de 'interés público' para rastrear luego aquellos valores basados en ella que son protegidos en el texto de la Ley. Para ello, será necesario dar cuenta de cómo son resueltas las tensiones entre los principios de "bienestar político", "bienestar socio-cultural" y "bienestar económico" (Van Cuilenburg & McQuail, 2003), pues —como se argumenta— la norma postula un cambio de paradigma[28] regulatorio, que implica la primacía de los primeros dos por sobre el bienestar económico. Esta característica cobra especial importancia en function del objeto de esta Tesis: el tratamiento que la prensa especializada en economía y finanzas hizo de los debates alrededor de la elaboración y sanción de la LSCA.

El objetivo de este capítulo en el marco de la Tesis es doble: por un lado, lleva una descripción contextual profunda del caso de estudio. En segundo término, provee de herramientas teóricas que puedan ponerse en diálogo con el *Framing* a la hora de elaborar la matriz de análisis de los textos noticiosos. En el capítulo 3 se caracterizará el sector de la prensa gráfica y, concretamente, a los periódicos *Ámbito Financiero* y a *El Cronista Comercial* en tanto instituciones informativas especializadas en economía. El capítulo 4, por su parte, estará abocado a analizar específicamente la instancia del contenido publicado por ambos periódicos acerca de la LSCA.

El primer Gobierno de Cristina Fernández

Cristina Fernández asumió la presidencia el 10 de diciembre de 2007. Electa con

más del 45% de los votos, la candidata del Frente para la Victoria aventajó por 22 puntos a la segunda más votada, Elisa Carrió, de la Confederación Coalición Cívica[29], y sucedió en el cargo a su marido, Néstor Kirchner (2003-2007). Al mismo tiempo, el kirchnerismo alcanzó, junto a sus aliados, cómodas mayorías en ambas cámaras del Congreso nacional. Este aspecto lo colocó en una situación favorable para la aprobación de iniciativas legislativas propias.

Los acuerdos con dirigentes y gobernadores de extracción radical y el desgaste del poder de los sectores tradicionales del Partido Justicialista habían sido la base de la estrategia electoral del oficialismo. Incorporados al proyecto gobernante, los denominados "radicales K" conformaron el frente Concertación Plural (Novaro, Bonvechi, & Cherny, 2014) y aportaron el candidato a la vicepresidencia: el ex gobernador de la provincia de Mendoza y miembro de la Unión Cívica Radical, Julio Cobos.

Además de la buena base de sustentación política para el oficialismo, el panorama económico delineado en los últimos años era propicio. La Argentina transitaba su cuarto año consecutivo de superávit fiscal y crecimiento económico, a un ritmo promedio del 8,5%. Estos se combinaban con un superávit comercial, una importante disminución de las obligaciones en monedas extranjeras que contribuía a debilitar las restricciones foráneas y con un aumento en los niveles de inversión (Peirano & Goldstein, 2009).

De igual modo, se había reducido significativamente la pobreza y se registraba una importante recomposición del salario real, así como de los índices de ocupación. Sin embargo, estos cambios no habían impactado con la suficiente fuerza en la distribución del ingreso, que se mantenía en valores inferiores al período anterior a la crisis de 2001 (Basualdo, 2008).

La política pública de comunicación venía signada por diversas limitaciones en términos de democracia comunicacional, si se entiende a esta última como la promoción de los distintos niveles de acceso y la participación ciudadanas en los medios de comunicación, el respeto por el derecho a la información, a la libertad de prensa y expresión, así como la garantía de pluralismo y diversidad de voces y contenidos en los medios (Califano, 2009).

En el ámbito de la radiodifusión, se habían tomado cuatro medidas regulatorias que sintetizaron la actuación del Estado durante el período de la presidencia de Néstor Kirchner (2003- 2007) y trazaron el horizonte del sector hacia la asunción de Cristina Fernández: la Ley 25.750, de "Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales" obligó al Estado a auxiliar a las empresas endeudadas, ya que limitó la propiedad extranjera de medios de comunicación nacionales a un tope del 30 %[30]. El Decreto Nº 527/2005, por su parte, estableció la suspensión del cómputo de los plazos de las licencias de los servicios sonoros, televisivos y complementarios por diez años, con el único requisito de que cada licenciatario eleve al COMFER para su aprobación un espacio de programación que contribuya a la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

defensa de la cultura nacional y un plan de incorporación de nueva tecnología, como la digital. En tercer término, la Ley 26.053 modificó el artículo 45° de la Ley 22.285, permitiendo que personas físicas o jurídicas con o sin fines de lucro puedan acceder a una licencia. No obstante, se excluyó a las cooperativas de servicios públicos, únicas entidades sin fines de lucro con capacidad de competir con los grupos dominantes. Por último, días antes de que Kirchner dejara su mandato, se aprobó la fusión de Cablevisión —que pertenecía al Grupo Clarín— y Multicanal, las dos cableoperadoras más grandes del país.

Los altos niveles de inflación experimentados a partir de 2005 se habían convertido en el principal obstáculo para el sostenimiento de la política económica (Leiras & Cruzalegui, 2009). Se han emitido múltiples explicaciones sobre sus causas. Mientras algunos la interpretaron como una consecuencia del aumento en los niveles de demanda y de una insuficiencia en la inversión para satisfacerla, otros la entendieron como producto de la política monetaria expansiva o de una política fiscal desacertada. Las visiones más heterodoxas, mientras tanto, observaron en la puja distributiva entre los salarios y la rentabilidad del capital una explicación posible al fenómeno, en una economía que se acercaba al pleno empleo (Peirano & Goldstein, 2009).

La solución implementada por el Gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) para combatir la inflación había tenido como principal componente los acuerdos de precios. Estos dieron buenos resultados en un primer momento, pero luego perdieron efectividad. A ello pudo haber contribuido el impacto negativo que tuvieron en las expectativas de los consumidores el cambio en el cálculo del índice de precios llevado a cabo por el INDEC, así como los cuestionamientos por parte de los profesionales especialistas en el tema (Peirano & Goldstein, 2009).

Por otra parte, los precios internacionales de los *commodities* experimentaron un acentuado y sostenido aumento desde los primeros meses de 2007 (Basualdo & Arceo, 2009), lo cual acentuó la favorable situación cambiaria en la que había quedado el sector agroexportador tras la devaluación de la moneda, a principios 2002. Durante todo el período gobernado por Néstor Kirchner (2003-2007), dicho sector había logrado una renta considerable, favorecida por una fuerte demanda internacional de soja por parte de los países asiáticos y por el incremento de los precios internacionales (Barsky & Dávila, 2008)[31].

A principios de 2008, ya en el marco de la primera presidencia de Cristina Fernández (2007-2001), se produjo un “nuevo e inusitado” aumento en el precio internacional de la soja (Basualdo, 2011, p. 152). En ese contexto, el Ministerio de Economía y Producción de la Nación, a cargo de Martín Lousteau, anunció la implementación de la Resolución 125. Integrada en un paquete de medidas económicas de mayor alcance, dicha norma establecía un régimen de retenciones móviles a la exportación de granos y oleaginosas. El hecho desató un conflicto de proporciones inéditas, tanto por su extensión en el tiempo,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

como por los métodos de protesta y por los sectores que involucró (Arceo, Basualdo, & Arceo, 2009).

La Resolución 125. Medida económica y conflicto político

El “conflicto con el campo”, “paro del campo” o “*lock-out* patronal”, según algunas de las variadas denominaciones que recibió (Sanguinetti, 2009), se desató el 11 de marzo de 2008, a partir del anuncio de la Resolución 125 del Ministerio de Economía y Producción. La medida establecía un nuevo sistema de cálculo de aranceles para los derechos de exportación de los principales productos de agro y determinaba la movilidad de dichos gravámenes en función de la cotización de los *commodities* en el mercado internacional.

Como se mencionó, la decisión se tomó en un contexto favorable para el sector agropecuario, en virtud de la alta rentabilidad experimentada tras la devaluación del tipo de cambio que se había llevado a cabo en 2002 y el fuerte aumento de los precios internacionales, a principios de 2008. De acuerdo con estimaciones volcadas en el trabajo de Arceo, Basualdo & Arceo (2009), aun con la aplicación de las retenciones móviles, el ingreso económico por hectárea se habría incrementado en un 45% respecto del año anterior.

No obstante, el nuevo sistema de retenciones provocó una reacción inmediata de los sectores rurales, cuya cohesión y métodos de protesta resultaron novedosos (Arceo *et al.*, 2009).

Grandes, medianos y pequeños productores, agrupados en la Sociedad Rural Argentina (SRA), la Federación Agraria Argentina (FAA), las Confederaciones Rurales Argentinas (CRA) y la Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada (CONINAGRO) se congregaron en un organismo centralizado autodenominado “Mesa de Enlace”. Desde allí, impulsaron una serie de medidas de protesta entre las que se destacaron manifestaciones, restricciones en la comercialización de granos y cortes de ruta que condujeron al desabastecimiento de productos básicos en los principales centros urbanos, en un enfrentamiento que se extendió durante 128 días (Zunino, 2014, 2015). El reclamo era que la situación se retrotrajera al 10 de marzo.

El conflicto desató una crisis política que puso en jaque al Gobierno nacional a cargo de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011), que había asumido la presidencia unos pocos meses atrás. Las protestas contra las retenciones se extendieron, incluso, hacia sectores medios urbanos, económicamente desvinculados de la contienda. Referentes de partidos de la oposición política comenzaron a acompañar las marchas lideradas por los integrantes de la Mesa de Enlace, al tiempo que varios miembros y/o aliados políticos locales del oficialismo comenzaron a manifestar diferencias con el Gobierno hasta terminar por separarse de él. Ello implicó una reconfiguración de las alianzas y acuerdos políticos, económicos y sociales y un enorme desgaste que condujo, entre otros factores, a la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

renuncia del entonces ministro de Economía y mentor de las retenciones, Martín Lousteau.

Según Arceo, Basualdo & Arceo (2009), el reclamo del agro pampeano no estuvo ligado a la pérdida de rentabilidad del sector, pues esto no sucedió, sino a la pretensión de incrementar sus beneficios y —fundamentalmente— de imponer un patrón de acumulación que subordinara a los asalariados y a la producción industrial a sus propias necesidades de expansión. En este sentido, la novedad del enfrentamiento radicó, para estos investigadores, en que la inédita subordinación de los pequeños y medianos productores representados por la FAA "a los dictámenes estratégicos de los terratenientes arrastró a las fracciones del capital agrario más débiles a desechar durante el conflicto una neta victoria de sus intereses económicos" (p.79).

La acción gubernamental fue un factor de peso para la conformación de la alianza entre productores con intereses y situaciones diversas, pues la medida en cuestión no estableció inicialmente diferencias entre los distintos segmentos del capital agrario —más bien tendió a homologarlos—, "ni vinculó el nuevo régimen con acciones contra las grandes exportadoras de cereales ni el oligopolio industrial demandante de insumos agrícolas" (Arceo *et al.*, 2009, p. 81).

En relación con lo anterior, Giarraca & Palmisano (2010) encuadran el "paro agrario"[32] en las dinámicas del modelo sojero de acumulación, caracterizado por una creciente importancia del capital financiero y —consecuentemente— de su lógica de funcionamiento, frente a un Estado que no había modificado para el sector las políticas neoliberales de los años 90. En ese contexto, el auge extraordinario que experimentó la producción de soja en la Argentina debido a los altos volúmenes que se exportaban —más del 90% de la producción— y al alza de los precios internacionales, encontró al país con pocas herramientas eficientes para morigerar la influencia de los precios externos sobre los alimentarios internos (Giarracca, Palmisano, & Teubal, 2010).

Los *pools* de siembra, las grandes compañías exportadoras, sojeras y semilleras habían desplazado a los pequeños y medianos productores convirtiéndose en los actores más favorecidos, incluso, por sobre los grandes propietarios de tierras (Teubal & Palmisano, 2010). Según esta postura, en la configuración del nuevo modelo del "agronegocio" (Giarracca & Teubal, 2010) los viejos actores agrarios ingresaron como actores subalternos. Los nuevos, en cambio, se integraron tanto a la producción como a la comercialización y a la especulación. Todos juntos conformaron un heterogéneo conjunto de agentes con intereses variados y dispersos en distintas regiones del país (Giarracca & Palmisano, 2010).

Cuando se anunció el nuevo régimen de retenciones, la comercialización de la cosecha de soja aún no había comenzado y el impacto que este causaría en los márgenes de ganancia de los productores pequeños y medianos no fue atenuado, en un principio, por ninguna política compensatoria que tuviera en cuenta la heterogeneidad del sector.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ello colaboró en la rápida adhesión de buena parte de estos actores al paro convocado desde la Mesa de Enlace, aunque dicho espacio no representara los intereses de la multiplicidad de actores que quedaron invisibilizados bajo la denominación “campo” o “agro”.

Desde ese punto de vista, el conflicto en torno a la Resolución 125/2008 no encarnaba ninguna transformación en el modelo de acumulación basado en la sojización, dado que en ningún momento se pusieron en cuestión las gramáticas del orden existente. Los actores afectados por dicha resolución ministerial fueron fundamentalmente los productores capitalistas, cuyo papel dentro de la cadena agroindustrial sojera era de carácter subordinado frente a las empresas exportadoras, los fondos de inversión y las corporaciones de semillas y agroquímicos. “Solo gravando y limitando la expansión y concentración de esos sectores habría (…) transformaciones democratizadoras en el complejo oleaginoso argentino y en el agroindustrial en general” (Giarracca *et al.*, 2010, p. 272).

Después de tres meses de tenso conflicto, el Poder Ejecutivo resolvió enviar la Resolución 125/08 al Congreso nacional, con el propósito de que fuera debatido y convertido en Ley. El 5 de julio, el proyecto obtuvo media sanción en la Cámara de Diputados, instancia en la cual se incluyeron modificaciones para los pequeños y medianos productores: una alícuota más baja y un subsidio para productores alejados de los centros portuarios.

La iniciativa del PEN fracasó en el Senado pocos días más tarde. La votación culminó en un empate que fue definido con un voto “no positivo” por el entonces vicepresidente de la nación y presidente de la Cámara Alta, Julio Cobos. El hecho marcó la ruptura de la relación entre este último y el oficialismo, aunque Cobos se mantuvo en el cargo hasta el final del mandato. Poco después, renunció el Jefe de Gabinete, Alberto Fernández, figura de enorme peso para el Poder Ejecutivo.

Los medios masivos de comunicación desempeñaron un importante papel en la creciente radicalización de las posturas alrededor del conflicto, las cuales tendieron a asumir un format dicotómico sintetizado en dos bloques antagónicos: “el Gobierno”, por un lado; y “el campo”, por otro, como si se tratara de una entidad homogénea con intereses comunes.

En primer término, los *mass media* —en sus distintos soportes— desarrollaron una amplia cobertura del caso y el nivel de relevancia que le otorgaron se mantuvo alto durante todo el período, independientemente de la línea editorial de cada cual (Zunino, 2014). En segundo término, las modalidades que cobraron dichas coberturas se caracterizaron, en la mayor parte de los casos, por el abandono progresivo de la “representación virtual” del conflicto para ocupar el rol de partícipes:

> …el tipo de prioridad asignada al conflicto, las fuentes que tuvieron mayor despliegue

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

> en las notas, el sesgo de las mismas en el tratamiento de los actores en pugna y el campo de selección (que es también omisión) de temáticas vinculadas con la agenda noticiosa, contribuyeron a constituir a los medios como un actor del conflicto, amenazando con la ruptura de un contrato de lectura predominante en los medios generalistas que sostiene precisamente una invocada equidistancia de los mismos en las contiendas políticas y erosionando el efecto de verdad del relato dicotómico de 'la crisis del campo'. (Becerra & López, 2009, p. 13).

En efecto, numerosos y diversos trabajos coinciden en señalar el conflicto desatado en 2008 entre las principales corporaciones agrarias del país y el primer Gobierno de Cristina Fernández (2007-2011) como origen de la coyuntura política que derivó en la propuesta de una nueva norma para regular los medios de comunicación (Bizberge, Mastrini, & Becerra, 2011; Córdoba, 2011; Hernández Prieto, 2015; Kitzberger, 2014; Loreti & Lozano, 2014; Marino *et al.*, 2012; Mochkofsky, 2011; Ruiz, 2014; Sivak, 2013).

El tratamiento que buena parte de la prensa de mayor circulación —especialmente, los medios que integraban el Grupo Clarín y el diario *La Nación*— le otorgó a la controversia alrededor de la Resolución 125, fue el evento que abrió públicamente (Sivak, 2013) un nuevo frente de batalla para el Gobierno. Estos medios adoptaron una postura sumamente crítica de su accionar y los argumentos esgrimidos fueron afines a los de las entidades agropecuarias. En el caso de la cobertura desplegada por el diario *Clarín*, por ejemplo, las fuentes predominantes en las coberturas expresaban su apoyo a aquel sector (Aruguete & Zunino, 2013).

Varios investigadores afirman que las fricciones en la fluida aunque frágil relación entre el Gobierno nacional y el Grupo Clarín se habían iniciado durante el último año del mandato de Néstor Kirchner, a raíz de varias divergencias sobre ciertas decisiones políticas e intereses empresarios (Becerra & Lacunza, 2012; Kitzberger, 2011; Mauersberger, 2012; Sivak, 2013, 2015). La elección de la norma nipo-brasileña de TV digital —en lugar de la estadounidense promovida por Clarín—, la puja por el control de la empresa Telecom en el contexto del proceso de convergencia entre medios y telecomunicaciones y la candidatura de Cristina Fernández a la presidencia fueron algunos de los temas que erosionaron el vínculo antes de 2008. Sin embargo, ello no obsta que haya habido instancias de diálogo y negociación durante y después del conflicto con el sector agropecuario (Mochkofsky, 2011).

Lo cierto es que, con el correr de las semanas, el conflicto desatado a partir de marzo de 2008 devino en una "guerra mediática" (Ruiz, 2014) protagonizada por el Gobierno nacional y el Grupo Clarín —aunque no reductible a estos actores— que impregnó el debate político y público. Las coberturas de los grandes medios de comunicación, especialmente los integrantes de dicho *holding*, se valieron de esquemas binarios para representar a los combatientes: a la "gente" movilizada en forma "espontánea" para respaldar los reclamos del "campo", opusieron la movilización "clientelar" que el aparato partidario desplegada por el oficialismo (Koziner & Rubiano, 2010). Este tipo de

tratamiento de los actores confirió a una de las partes en conflicto una mayor legitimidad público-mediática (Kitzberger, 2011).

Líder en los mercados de prensa escrita, televisión por cable, televisión abierta, radio y agencias noticiosas (Becerra & Mastrini, 2009), el conglomerado mediático más importante de la Argentina compartía con *La Nación* la propiedad de Expoagro[33], la muestra agropecuaria a campo abierto más grande del país, en la cual se exponen anualmente y durante cuatro días, semillas, agroquímicos y otros insumos para el sector de productores argentinos y extranjeros. Por eso, Giarracca (2010) caracteriza a estas empresas mediáticas como parte del agronegocio.

El oficialismo, por su parte, presentó el conflicto desatado alrededor de la Resolución 125 como "un enfrentamiento entre las 'minorías poderosas' —el 'piquete de la abundancia'— y el pueblo —en la figura de sus representantes—. [Esta lectura] chocó con la representación dominante de la política en términos de 'caja' y del Estado como 'expoliador'(Vommaro, 2010, p. 186). Por otra parte, el apoyo que expresaron al "campo" sectores medios urbanos desvinculados de la controversia contribuyó con la sobreestimación del poder de los medios de comunicación en los procesos de formación de la opinión pública (Kitzberger, 2011). Así, la hostilidad que las coberturas mediáticas dominantes expresaron para con la acción gubernamental fue percibida como un ataque destituyente. En palabras de la Presidenta Fernández durante un acto realizado en abril de 2008,

> …las mismas organizaciones que hoy se jactan de poder llevar adelante el desabastecimiento del pueblo llamaron también a un *lock-out* patronal allá por febrero del 76. Un mes después, el golpe más terrible, la tragedia más terrible que hemos tenido los argentinos. Esta vez no han venido acompañados de tanques, esta vez han sido acompañados por algunos 'generales' multimediáticos que además de apoyar el *lock-out* al pueblo, han hecho *lock-out* a la información, cambiando, tergiversando, mostrando una sola cara[34].

Este tipo de interpretaciones colaboró en la gestación de una actitud receptiva a las demandas de una reforma regulatoria para el sistema de medios audiovisuales. En efecto, se sostiene aquí la premisa de que la necesidad de diseñar un nuevo marco normativo que reemplazara la vetusta Ley 22.285 con el objetivo de democratizar el sistema de medios de comunicación argentino, emergió como problema dentro de la agenda política del Gobierno nacional asociado al conflicto por las retenciones, entendido como un enfrentamiento político de fuerte impacto institucional (Subirats, 1994). En ese contexto, y con una opinión pública que parecía atenta al accionar de los medios masivos, recogió las demandas que varios sectores de la sociedad civil venían sosteniendo en torno a la necesidad de democratizar la comunicación audiovisual.

El clima de "crisis" fue percibido por el Gobierno como una puesta en cuestión de la legitimidad de su poder público. En ese contexto, se abrió una oportunidad para el ingreso

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

del tema en la agenda gubernamental. Desde la ciencia política, se ha denominado "*policy windows"* (Kingdon, 2014) a las ventanas de entrada de un tema en la agenda política. Se trata de una oportunidad que se presenta en coyunturas específicas en las que distintos grupos de interés observan que la atención política se orienta hacia sus reclamos. Estas permanecen abiertas durante un determinado período de tiempo y los problemas tienden a entrar en forma de "familias": la incorporación de un problema arrastra a otros de similar naturaleza (Fernández, 2005).

Desde otra perspectiva teórica, Ferree, Gamson, Gerhards, & Dieter (2002, p. 24) califican estas instancias como "momentos críticos del discurso" (*critical discourse moments*). Es decir, eventos que estimulan la discusión pública y las acciones políticas sobre un tema. Muchas veces, estos eventos cambian la "estructura de oportunidad discursiva" (*discursive opportunity structure*) y conducen a los distintos actores interesados en el tema a elaborar y reelaborar sus interpretaciones de acuerdo con su encuadre preferencial. La estructura de oportunidad discursiva se inserta, a la vez, en una "estructura de oportunidad política" (*political opportunity structure*), compuesta por características institucionales y culturales receptivas a las demandas de distintos tipos de actores.

Según advierte Kitzberger (2011), la iniciativa de discutir una nueva norma que reemplazara la Ley N° 22.285 no puede reducirse a la motivación de quebrar el poder del Grupo Clarín por parte del Gobierno, como argumentaría buena parte de los detractores del proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ello implicaría suponer que el inédito proceso de movilización social integrada por una red de instituciones de la sociedad civil, universidades, medios alternativos, comunitarios y populares, activistas, organizaciones sindicales, entre otros, se trató de una manipulación al servicio de una ofensiva política. Aunque la dimensión instrumental esté presente en la dinámica política, su sobreestimación conduce a elaborar interpretaciones incompletas de un proceso complejo.

En plena disputa con los sectores del agro, la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA aprobó una resolución[35] en la cual repudió la cobertura periodística que los medios comerciales habían hecho del conflicto, caracterizada por un trato discriminatorio y estigmatizante, y señaló la necesidad de sancionar una nueva ley de radiodifusión que controle los procesos de concentración mediática y garantice el derecho del público a recibir información diversa.

Unos días después, el PEN convocó a las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales. Ese hecho marcó el inicio de una serie de diálogos entre la Presidencia de la Nación y distintas organizaciones de Derechos Humanos, medios comunitarios, cámaras empresarias, trabajadores del sector y la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD)[36] (De Charras, 2012; Loreti & Lozano, 2014). A este gesto de acercamiento para

con los actores que bregaban por una nueva Ley de Radiodifusión se sumó la designación de Gabriel Mariotto, hasta ese momento subsecretario de Medios de la Nación y decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, como nuevo interventor del COMFER en reemplazo de Julio Bárbaro.

La iniciativa fue considerada "la madre de todas las batallas" políticas del kirchnerismo (García Rey & Lozano, 2009; Kitzberger, 2011; Sivak, 2015) y, como tal, adquirió un lugar privilegiado en el menú de temas prioritarios de la gestión de Gobierno. Junto con este *issue* cobraron relevancia otras cuestiones enlazadas temáticamente, las cuales cobraron forma como medidas de política pública. Entre otras, se encuentran la creación del programa "Fútbol para Todos", encargado de gestionar los derechos de transmisión del fútbol argentino, luego de que la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) rescindiera su contrato con la empresa Televisión Satelital Codificada, vinculada al Grupo Clarín. Asimismo, tiempo después se daría impulso a la causa que investiga la apropiación ilícita de la empresa Papel Prensa[37] durante la última dictadura militar. Esta última iniciativa incluiría la aprobación de la Ley 26.736, en diciembre de 2011, que declara de 'interés público' la fabricación, comercialización y distribución de pasta celulosa y de papel para diarios.

Sin embargo, 2008 no sería el año de la creación de una nueva norma para los medios audiovisuales. Hacia noviembre de ese mismo año, la CRD elevó una carta a la primera mandataria argentina, en la cual le reiteró su solicitud de que formule un proyecto de ley antes de elegir una norma técnica para la Televisión Digital Terrestre (TDT). "El momento es ahora", fueron las últimas palabras de la misiva (Busso & Jaimes, 2011, p. 170).

La demanda de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD)

Para un sector de la sociedad civil, la demanda de una "ley de la democracia" se remontaba a 1983 y había atravesado distintas etapas, aunque sin lograr instalarse con la suficiente fuerza en la agenda política. Una de las fases más significativas había sido la crisis económica, política y social que se produjo entre 2001 y 2002, caracterizada por un alto grado de agitación social.

En ese contexto, emergieron variadas experiencias de intervención en comunicación, algunas de las cuales se orientaron a buscar una mayor visibilidad en los contenidos del sistema de medios tradicionales. Otras, de carácter "alternativista" (Segura, 2011, p. 91), procuraron generar prácticas comunicacionales que colaboraran en la presencia pública de ciertos actores invisibilizados, interpelaran a posibles aliados y desarrollaran un modelo productivo diferenciado del de los medios masivos comerciales.

Con la asunción del Presidente Néstor Kirchner (2003-2007) se inició un proceso de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

reconfiguración del rol del Estado en la conducción de la economía y de la política. Se fortalecieron los canales institucionales y la relevancia de las experiencias de comunicación alternativa tendió progresivamente a mermar como estrategia de movilización social. En su lugar, nació una serie de "articulaciones inter-institucionales que impulsaban modificaciones en las reglas de juego del sistema comunicacional general" (Segura, 2011, p. 93), bregaban por la comprensión de la comunicación como derecho humano y revalorizaban el rol del Estado como garante del mismo.

Fue en ese marco que, en 2004, comenzaron a desarrollarse una serie de reuniones en la sede de la Federación Argentina de Radios Comunitarias (FARCO) de la Ciudad de Buenos Aires. Allí se congregaron representantes de sindicatos, de centrales de trabajadores, organismos de Derechos Humanos, integrantes de carreras de Ciencias de la Comunicación de distintas universidades, organizaciones sociales, cooperativas, grupos de músicos, pequeñas y medianas empresas de comunicación y organizaciones partidarias, entre otros (Busso & Jaimes, 2011).

Córdoba (2013), sitúa como antecedente de estas reuniones los contactos iniciados a fines de 2003 por un grupo reducido de "emprendedores políticos" (Tilly & Wood, 2010, citados en Córdoba, 2013, p. 130), entre los que se encontraban algunos funcionarios del área de comunicaciones del PEN[38]. Estos propusieron lanzar una convocatoria multisectorial con el objetivo de impulsar una modificación en la Ley de Radiodifusión de 1980. La iniciativa se apoyó en la percepción compartida de que el contexto político delineado por el flamante Gobierno nacional estaba generando condiciones propicias para la introducción de demandas pendientes.

El primer encuentro amplio de lo que pronto sería bautizado como la Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD), se llevó a cabo en mayo de 2004. Distintos trabajos (Busso & Jaimes, 2011; Córdoba, 2013; Segura, 2011) coinciden en interpretar la heterogeneidad ideológica y política de sus integrantes como una dificultad y una potencialidad a la vez: si bien sería necesario emprender de un arduo proceso de debate, los consensos alcanzados fortalecerían las propuestas que surgieran desde el espacio. En efecto, se acordó descartar la idea de elaborar un proyecto de ley y comenzar por formular un decálogo que sintetizara los puntos de consenso, descartando aquellos en los cuales no se lograra una opinión compartida.

El debate partió de la base de dos propuestas: una formulada por Damián Loreti, especialista en Derecho a la Información y entonces director de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA; la otra, por Néstor Busso, director de Radio Encuentro de Viedma y presidente de FARCO (Busso & Jaimes, 2011; Córdoba, 2013).

Como resultado de varios meses de análisis y deliberaciones, se formularon los "21 puntos básicos por el derecho a la comunicación", que fueron presentados oficialmente el 27 de agosto de 2004, día en que se conmemora la primera transmisión de radio en la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Argentina. La decisión de que los principios considerados esenciales para una nueva ley fueran 21 se apoyó en que ese era el número de años que había transcurrido desde la recuperación de la institucionalidad democrática (Busso & Jaimes, 2011).

De modo resumido, los 21 puntos incluyen: 1) el derecho a buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas sin censura previa; 2) el derecho a la información y la cultura; 3) la garantía de independencia política y económica de los medios y la prohibición de asignar de modo arbitrario o discriminatorio la publicidad oficial, créditos oficiales o prebendas.; 4) La intransferibilidad de las licencias, que no deben venderse y deben ser administradas por el Estado con criterios democráticos, adjudicándolas por períodos de tiempo determinado a quienes ofrezcan prestar un mejor servicio; 5) la promoción de la diversidad y el pluralismo como objetivo primordial. Ello implica igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad a la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión; 6) la necesidad de implementar mecanismos para limitar la concentración de la propiedad de los medios y su sujeción a normas antimonopólicas; 7) el acceso a una información plural y a la diversidad cultural; 8) el respeto por las incumbencias profesionales y los derechos intelectuales de artistas y trabajadores de la comunicación y el espectáculo; 9) un registro público de licencias; 10) la imposibilidad de que funcionarios públicos y partícipes de violaciones a los Derechos Humanos sean titulares de licencias; 11) el reconocimiento de tres tipos de prestadores: públicos, comerciales y comunitarios de organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro; 12) la identificación de los medios estatales como públicos y no gubernamentales; 13) la reserva de 33% del espectro para organizaciones sin fines de lucro; 14) cuotas de contenidos de producción local, nacional y propia; 15) la imposibilidad de delegar la explotación de los servicios de radiodifusión; 16) la indicación de evitar repetidoras y cadenas —salvo para las emisoras estatales de servicio público o la emisión de acontecimientos de carácter excepcional—, priorizando el pluralismo y la producción propia y local; 17) la producción nacional de la publicidad y su diferenciación de los contenidos de la programación; 18) la inclusión de emisoras de TV de aire locales, del canal público nacional y de un canal con producción informativa local y propia en las grillas de los sistemas de distribución de señales; 19) una autoridad de aplicación de espíritu federal que incluya a organizaciones de la sociedad civil y representantes de los trabajadores de los medios; 20) la creación de la Defensoría del Público, para recibir y canalizar las inquietudes de los habitantes de la Nación y la consideración de los derechos del público; 21) la incorporación de los actores históricamente excluidos de la posibilidad de acceder a licencias[39].

La alianza constituida en torno al reclamo por la elaboración de una nueva norma para los medios audiovisuales acorde con el contexto democrático que cobró forma en la CRD, resultó inédita, tanto en la Argentina como en Latinoamérica. En ella confluyó un

gran número de organizaciones de orígenes divergentes, de variado grado de institucionalización y desarrollo territorial y cuyos ámbitos de acción eran diversos (Segura, 2011).

La CRD puso en marcha una doble estrategia para comunicar su demanda a los actores políticos y a la ciudadanía en general y procurar, así, una instalación "pública y permanente de la importancia y urgencia de una Ley de Radiodifusión de la Democracia" (Busso & Jaimes, 2011, p. 61). En el primer caso, solicitó reuniones con funcionarios y representantes de los poderes Ejecutivo y Legislativo, con la intención de conseguir instalar el tema en la agenda política. Respecto del segundo, se lanzaron comunicados, campañas radiales en medios comunitarios, solicitadas y se organizaron diversos encuentros que dieran a conocer la propuesta y lograran ampliar la cantidad de adhesiones (Córdoba, 2013).

En junio de 2007, el Presidente Kirchner autorizó[40] a la Asociación Madres de Plaza de Mayo a instalar, poner en funcionamiento y explotar la frecuencia de radio AM 530 KHz en la Ciudad de Buenos Aires. De la reunión con el primer mandatario para la ocasión, los participantes e integrantes de la CRD se llevaron el compromiso de abordar el tema con posterioridad a las elecciones de octubre 2007, en caso de que la candidata oficialista, Cristina Fernández, resultara electa (Busso & Jaimes, 2011; Córdoba, 2013; Kitzberger, 2014).

El año culminó con un resultado electoral favorable al FPV, aunque también con una medida que benefició al Grupo Clarín, consolidando su dominio en el mercado de televisión por cable. Tres días antes de finalizar su mandato, el Gobierno aprobó —mediante la Resolución 257/2007 de la Secretaría de Comercio Interior—, la fusión de los dos mayores operadores que existían en ese momento: Cablevisión —propiedad del Grupo Clarín— absorbió a la empresa Multicanal.

El Grupo Clarín pasó a manejar más del 50% de todos los abonados a la televisión de pago del país. En muchas ciudades del interior, incluso, el servicio pasó a ser monopólico, con los perjuicios que ello implica: principalmente, un aumento en los costos del servicio por la desaparición de la competencia y el aniquilamiento de señales locales como producto de la unificación de la programación (Becerra, Marino, & Mastrini, 2012).

En 2008, el enfrentamiento entre el Gobierno nacional y las principales entidades del agro pampeano transformaron radicalmente la relación de fuerzas en el escenario político, tal como se mencionó en el apartado anterior. Fue a partir de entonces que la CRD percibió la apertura del Gobierno al reclamo que venía sosteniendo desde hacía varios años (Córdoba, 2013).

Presentación de un proyecto de ley para los medios audiovisuales y avatares políticos

Más allá de la caracterización de distintos aspectos de la realidad nacional, es preciso comprender que la iniciativa argentina de reformar la Ley de Radiodifusión se insertó en el particular contexto latinoamericano de cambio de siglo. Este estuvo signado por la formación de gobiernos llamados "progresistas", basados en triunfos electorales de partidos o coaliciones de izquierda o centroizquierda (Badillo, Mastrini, & Marenghi, 2012; Bizberge & Goldstein, 2014; De Moraes, 2011; Gómez Germano, 2011; Kitzberger, 2010).

Inaugurado con la elección de Hugo Chávez en Venezuela en 1998, el "giro a la izquierda" (Badillo *et al.*, 2012) en la política latinoamericana apareció como la manifestación del descontento popular luego de un largo período de hegemonía neoliberal caracterizado por una apertura económica indiscriminada y grandes privatizaciones que habían profundizado la desigualdad y llevado a la pobreza a amplios sectores de la población (Kitzberger, 2010; Koschützke & Gerber, 2011).

En este escenario, las alianzas "progresistas" promovieron la reactivación de profundos debates en torno al rol del Estado y al tipo de intervención que este debe ejercer en la economía con el objetivo de fortalecer la calidad de las democracias. Ello implicó la implementación de progresivas y acumulativas reformas que restringieran el fundamentalismo del mercado (De Moraes, 2011).

Dentro el campo de la comunicación, la situación heredada por los nuevos gobiernos incluía, en términos generales, una fuerte concentración de la propiedad de los medios —cuyos dueños habían estado, en muchos casos, históricamente vinculados a partidos de derecha—, un sistema mediático con una lógica de funcionamiento esencialmente comercial, la centralización geográfica de la producción en las principales ciudades de cada país y la exclusión de los medios alternativos o comunitarios (Becerra, 2014; Gómez Germano, 2011).

La puesta en discusión de la situación de los sistemas de medios no se produjo en todos los países latinoamericanos que se inscribieron en la "ola izquierdista" (Badillo *et al.*, 2012) y, cuando lo hizo, adquirió formas diferenciadas. En palabras de De Moraes (2011),

> … la intensidad de las transformaciones varía de país en país, lo que indica que la construcción de alternativas no sigue un único y predeterminado patrón —por más que haya correlación entre los idearios nacionalistas, antiliberales y antiimperialistas de los gobiernos (p.16).

El país pionero en la reformulación de normativas audiovisuales (Hernández Prieto, 2015) fue Venezuela, que en el año 2000 aprobó la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, luego revisada y corregida en 2010 y 2011. En 2004, luego de un proceso de discusión que llevó dos años, se sancionó la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, conocida como "Ley Resorte". La norma desató una fuerte polémica, especialmente, en torno a lo que un grupo de especialistas caracterizaron como el control gubernamental de los medios y de sus contenidos (Zavatti Giraffa, 2007). La norma también sufriría

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

modificaciones en 2005 y 2011.

A modo de ejemplos relativamente contemporáneos a la experiencia argentina, pueden mencionarse también los casos de Uruguay, Ecuador y Bolivia. El primero aprobó una Ley de Radiodifusión Comunitaria en 2007, norma "reivindicada como una conquista del sector de la radiodifusión comunitaria y de diversas fuerzas políticas progresistas" (Monje, 2013, p. 6). En tanto, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sería sancionada en ese país, recién, en diciembre de 2014. Ecuador y Bolivia, por su parte, incorporaron el derecho a la comunicación en sus constituciones nacionales. Mientras Bolivia sancionaría su Ley General De Telecomunicaciones, Tecnologías De Información y Comunicación en julio de 2011, Ecuador aprobaría la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013.

Más allá de las divergencias entre los distintos países[41], la sucesión de nuevas regulaciones a los medios de comunicación en América Latina y el debate social que acompañó esos procesos fueron "a contramano" de la tendencia dominante en los países centrales. Mientras en los países latinoamericanos se cuestionaba la histórica concentración de la propiedad y se debatía la incorporación de nuevos actores sociales a la prestación de servicios audiovisuales (Kitzberger, 2014), en Europa y Estados Unidos se impulsaban normas que relajaban las restricciones sobre la propiedad de los medios apoyadas en el argumento de la convergencia tecnológica (Becerra, 2014, 2015a).

En la Argentina, el discurso de la Presidenta Cristina Fernández en el acto de apertura de las sesiones legislativas ordinarias, el 1 de marzo de 2009, reavivó las expectativas de quienes bregaban por una nueva regulación para los medios audiovisuales: allí anunció que el PEN enviaría al Congreso de la Nación un proyecto de ley para modificar la Ley de Radiodifusión, y hacer frente, así, a una "vieja deuda de la democracia"[42].

El 18 de marzo del mismo año, en un acto desarrollado en el Teatro Argentino de la ciudad de La Plata, la Presidenta de la Nación presentó públicamente una propuesta de proyecto de ley que recogía buena parte de las demandas de la CRD. Informó, además, que el documento sería sometido a consideración y debate de la ciudadanía en Foros Participativos de Consulta Pública (FPCP), que se llevarían a cabo en todo el país, organizados por el COMFER. El mecanismo se complementaría con las sugerencias recibidas mediante correo electrónico.

En efecto, la propuesta se presentó como un "documento de trabajo, destinado a ser enriquecido, corregido y mejorado por virtud de la libre participación ciudadana", a fin de que su envío al Congreso nacional "cuente con una amplia base de consenso constituyendo una experiencia inédita de democracia semidirecta" (PEN, 2009, p. 6).

Este texto seminal expresó un salto cualitativo significativo respecto de la Ley de Radiodifusión, considerada una de las peores del continente por los especialistas del

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

campo (Loreti, 2011). La iniciativa proponía regular los servicios de comunicación audiovisual, independientemente del soporte utilizado para su difusión, desde una perspectiva que promoviera la diversidad de voces y el pluralismo informativo a fin de garantizar el ejercicio efectivo del derecho a la información, la libertad de expresión y el robustecimiento del debate democrático (Lozano, 2010; Marino *et al.*, 2012).

En sintonía con los estándares internacionales en la materia, el texto postulaba la necesidad de establecer precisas limitaciones a la concentración de la propiedad de los medios de comunicación y a la centralización geográfica de la producción, en pos de garantizar los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local (PEN, 2009). Asimismo, proponía reducir la influencia del PEN en la aplicación de la Ley —pues, hasta entonces, este designaba el interventor a cargo del órgano de aplicación— mediante la creación de una autoridad de aplicación federal, autárquica y con miembros de las minorías políticas parlamentarias. Además, establecía la entrada de nuevos actores al sistema de medios de comunicación.

La materialización de esos principios implicaría la transformación del sistema de medios de comunicación argentino y la reconfiguración de los medios más concentrados, en especial, del Grupo Clarín. Ciertamente, el *holding* sería el primero en verse afectado por la creación de un nuevo marco regulatorio para el sector. La iniciativa presidencial dirigida a darle forma a la propuesta de modificar la vieja Ley de Radiodifusión intensificó, así, el enfrentamiento público entre el Gobierno y el conglomerado de medios, que llegaría a su punto más álgido con la aprobación de la LSCA (Marino, 2014; Marino *et al.*, 2012; Vommaro & Schuliaquer, 2014).

Es preciso mencionar que durante el período que fue entre el rechazo de la Resolución 125 —en julio de 2008— en el Senado y las elecciones de medio término de junio de 2009, el kirchnerismo hizo algunos intentos por atemperar el enfrentamiento con el Grupo Clarín. A pesar de la intransigente hostilidad que los medios del grupo seguían exhibiendo para con el Gobierno, este había contemplado, incluso, la posibilidad de llegar a un acuerdo entre ambos para una convivencia más armoniosa (Kitzberger, 2014; Mochkofsky, 2011).

El resultado de los comicios de 2009 no fue favorable para el Gobierno nacional, pues el partido oficialista disminuyó ostensiblemente su caudal electoral. Aunque retuvo por un muy ajustado margen su condición de primera fuerza política, reduciría su representación en la conformación del Congreso[43] a partir de diciembre, cuando se realizara el recambio de legisladores.

El clima postelectoral inicial fue de pesimismo entre los impulsores del proyecto de ley y muchos interpretaron el resultado de las elecciones legislativas como el entierro de la propuesta de ley de SCA. Otros bregaron para que el mismo llegara a ser tratado en el Congreso antes del 10 de diciembre, pues en esa fecha asumirían sus bancas los nuevos

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

diputados y senadores electos y cambiaría la composición de fuerzas (Baranchuk, 2011; Hernández Prieto, 2015). El Gobierno se inclinó por esta última alternativa y volvió a adoptar una estrategia de confrontación con el Grupo Clarín.

Las visitas al país del entonces relator Especial de las Naciones Unidas la para la Libertad de Opinión y de Expresión, Frank La Rue (2008-2014), significaron una instancia de legitimación de la propuesta (Busso & Jaimes, 2011). La Rue respaldó con vehemencia tanto el proyecto como los mecanismos implementados para su discusión pública:

> … creo que Argentina está sentando un precedente muy importante. No solo en el contenido de la ley, porque el proyecto original que vi es lo más avanzado que hay en el mundo en ley de telecomunicaciones, sino además en el procedimiento que se siguió, el proceso de consulta a nivel popular (...) Creo que está sentando un precedente muy positivo en el mundo, en América Latina y espero que sea seguido (citado en Baranchuk, 2011, p. 22).

Finalmente, el 27 de agosto de 2009, a cinco años de la presentación de los "21 puntos", la Presidenta anunció el envío al Congreso del proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual firmado conjuntamente con el jefe de Gabinete de Ministros, Aníbal Fernández.

Debate público y parlamentario

La elaboración del texto que cobraría forma en el proyecto de ley enviado al Congreso, atravesó un intenso proceso de debate público de corte federal, paralelamente se incrementaba su importancia en la esfera pública mediatizada.

Entre fines de marzo y fines de julio, se realizaron 24[44] FPCP —buena parte llevados a cabo en las sedes de las distintas universidades públicas del país— de los que participaron más de diez mil personas. Entre estos encuentros y el correo electrónico habilitado por el COMFER, surgieron alrededor de 1.200 aportes a la propuesta inicial. La mayoría de ellos, serían luego incorporados como anotaciones al texto que el PEN presentó ante el Congreso (Baranchuk, 2011; Busso & Jaimes, 2011) y que quedarían plasmadas en la propia LSCA.

La implementación de esta herramienta jurídica que culminaría en una Ley comentada, resultó novedosa, en tanto aportó explicaciones que ampliaron el articulado y precisaron cómo este debía ser interpretado. Asimismo, dichas notas contenían referencias históricas y jurisprudencia de distintos países, los cuales respaldaron la factibilidad de los artículos (Hernández Prieto, 2015).

Una vez ingresado en el Congreso de la Nación como expediente "22-PE-09" y girado a las correspondientes comisiones de la Cámara de Diputados para su tratamiento, el oficialismo impulsó una rápida tramitación legislativa. La oposición, en cambio, buscó dilatar el proceso hasta después del 10 de diciembre, cuando la nueva composición parlamentaria fuera menos ventajosa para el kirchnerismo.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Se llevaron a cabo audiencias públicas en ambas cámaras. De ellas participaron, entre otros, representantes de medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil, gremios y especialistas en la materia, quienes expusieron sus argumentos sobre la iniciativa regulatoria. En efecto, el texto original sufrió varias modificaciones a partir de las demandas y sugerencias de los distintos actores que tomaron parte en dichas instancias de debate, como también producto de las negociaciones con otras fuerzas políticas. Finalmente, el tránsito por ambas cámaras del Congreso duró menos de un mes y medio hasta la aprobación de la LSCA.

En los próximos dos apartados se describen sucintamente los principales aportes que surgieron de las distintas fases de discusión y terminaron de darle forma al texto de la LSCA. Ello permitirá contextualizar luego los aspectos de la norma que protegen los valores basados en el 'interés público', tal como se lo conceptualiza en esta Tesis.

Los Foros Participativos de Consulta Pública (FPCP)

Organizados por el entonces COMFER, a cargo de Gabriel Mariotto, los FPCP funcionaron como dispositivos de participación pública (Guzmán, 2011) de carácter federal. Se llevaron a cabo entre marzo y julio de 2009 en dieciocho provincias del país[45] y en la CABA, y recogieron más de 500 intervenciones de una heterogénea gama de actores, entre los cuales se cuentan asociaciones civiles nacionales e internacionales, cámaras empresarias del sector de los medios de comunicación, funcionarios y ex funcionarios municipales, provinciales y nacionales de los distintos poderes del Estado, medios públicos, medios alternativos, comunitarios y populares, sindicatos, cooperativas, estudiantes secundarios y universitarios, docentes e investigadores universitarios, universidades públicas y privadas, ciudadanos individuales sin adscripción institucional, organizaciones sociales, partidos políticos, profesionales de los medios, miembros de comunidades originarias, bibliotecas populares, directivos y representantes de diversos medios de comunicación.

Según la sistematización llevada a cabo por Guzmán (2012, p. 173), ninguna de las adscripciones institucionales declaradas por los participantes de los Foros al momento de sus alocuciones superó el 10% de las intervenciones sobre el total. En ese marco, los actores que alcanzaron mayor protagonismo —medido en cantidad de intervenciones— fueron las asociaciones de medios de comunicación (9,2%), los sindicatos (8,4%), las organizaciones sociales (8,2%), las cooperativas (7,4%) y las universidades nacionales (7.2%).

Rodríguez Usé (2011), por su parte, sintetiza los aportes resultantes de los debates en los Foros, en cuatro ejes centrales: el espacio legal destinado a los Pueblos Originarios, los aspectos ligados a la protección de la niñez, los criterios para determinar la distribución

de los gravámenes y la conformación del órgano de aplicación de la Ley.

En cuanto al primero de los ejes temáticos, fueron varias las incorporaciones sugeridas por las comunidades indígenas. Uno de los primeros aportes surgió del Encuentro de Organizaciones de los Pueblos Originarios, que propuso añadir como uno de los objetivos de la Ley el de "la preservación y promoción de la identidad y de los valores culturales de los Pueblos Originarios"[46]. En segundo lugar, se solicitó reemplazar el término "lenguas" de los Pueblos Originarios por el de "idioma", utilizado para el castellano —el oficial de la Argentina—, con el objeto de igualar su importancia[47].

Como fruto de una propuesta del Foro llevado a cabo en la provincia de Jujuy, se incorporó un representante indígena al Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, órgano encargado de colaborar y asesorar en el diseño de política pública de radiodifusión[48]. Se sumó, además, el requisito de designar un representante propuesto por los Pueblos Originarios en el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos, a cargo de controlar el cumplimiento de los objetivos de la Ley por parte de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado[49].

Otra de las incorporaciones logradas por las comunidades indígenas en los FPCP fue la posibilidad de acceder a autorizaciones para prestar servicios audiovisuales "a demanda y de manera directa, de acuerdo con la disponibilidad de espectro"[50], condición que sitúa a los Pueblos Originarios en situación de igualdad ante la Ley respecto de otras personas de existencia ideal de derecho público estatal.

Finalmente, el aspecto más significativo a favor de los derechos de los Pueblos Originarios fue su incorporación como parte del sector público (Rodríguez Usé, 2011), lo que les garantizaría el derecho a acceder a una frecuencia de televisión abierta, una de radio AM y una radio FM por comunidad. Para su financiamiento, se sumó la asignación de recursos por parte del Estado nacional, la posibilidad de vender publicidad, recibir donaciones, auspicios, patrocinios y venta de contenidos de producción propia[51].

En cuanto al segundo eje de modificaciones al texto de la propuesta del PEN, los aportes provinieron de distintos organismos gubernamentales y no gubernamentales ligados a la defensa de los Derechos Humanos, en general, y a la de los derechos de niños, niñas y adolescentes, en particular, así como de profesionales del periodismo. De las intervenciones de estos actores surgió la incorporación de funciones al Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia[52], que le permitió proponer representantes del sector ante el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos y promover la producción de contenidos para niñas, niños y adolescentes con discapacidad.

Con inspiración en la Declaración de los Derechos del Niño, se incorporó el compromiso del Estado a seguir y observar los contenidos de la programación y la publicidad, teniendo en cuenta que los dirigidos a esa franja etaria no deben quedar

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

únicamente en manos del mercado y que no deben incitar a la compra de productos explotando su inexperiencia e incredulidad[53]. También se redefinieron las faltas graves y las sanciones en relación con el horario de protección al menor[54].

El tercer eje refiere a los criterios para determinar la distribución de los gravámenes. Se trata de los fondos que financian a los organismos que posibilitan la aplicación de la Ley, así como a las obligaciones o exenciones de pago de los actores de la economía en relación con su renta anual. Las modificaciones en este campo fueron varias[55] y provinieron, en su mayor parte, de medios y organizaciones de medios denominados alternativos, comunitarios y populares. Estuvieron orientadas a asegurar el porcentaje de los fondos recaudados por la AFIP y destinados al INCAA, atendiendo a los reclamos del sector de la industria cinematográfica, a ampliar las exenciones para los titulares de licencias situados en áreas de frontera y aumentar los montos asignados a proyectos especiales de radiodifusión y apoyo a medios de Fomento y Comunitarios, reduciendo el porcentaje destinado a RTA S.E.

El último grupo de aportes significativos surgidos de los FPCP se refirió a la conformación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. En la versión presentada por la Presidenta, se proponía que la autoridad de aplicación de la Ley dependiera de la Secretaría de Medios de Comunicación de la Jefatura de Gabinete de Ministros. No obstante, uno de los aspectos más señalados fue la necesidad de constituirla como organismo descentralizado y autárquico, lo que implica el autogobierno administrativo y la personalidad y patrimonio jurídico propios. La solicitud fue incorporada y quedaría plasmada finalmente en el artículo 10° del texto la Ley.

Las modificaciones a la AFSCA también alcanzaron las misiones y funciones del organismo. Una las más importantes fue su sujeción a control por parte de la Sindicatura General de la Nación —dependiente del PEN—y la Auditoría General de la Nación —órgano de control externo—. Asimismo, se hizo hincapié en la necesidad de ampliar la participación en el Directorio con representantes de diversos sectores y se sugirieron algunos cambios sobre las funciones del CoFeCA, el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Audiencias públicas y debate parlamentario

El proyecto de ley sobre regulación de los Servicios de Comunicación Audiovisual presentado por el PEN a fines de agosto fue recibido por la Secretaría Parlamentaría y girado a las comisiones de Comunicaciones e Informática —presidida por el pampeano Manuel Baladrón (FPV) —, Presupuesto y Hacienda —a cargo del santafecino Gustavo Marconatto (FPV) — y Libertad de Expresión —coordinada por la porteña Silvana Giudici

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

(UCR) —.

Durante el plenario de Comisiones, el 3 de septiembre, se resolvió convocar a una serie de audiencias públicas con el objeto de considerar los distintos aspectos del proyecto. La diputada Silvana Giudici lideró la moción de la minoría, que proponía llevar esta discusión a siete regiones del interior del país y ampliar el debate durante dos meses, lo cual iba en perjuicio de la prisa del oficialismo por obtener la media sanción de la norma antes del 10 de diciembre.

Las audiencias se llevaron a cabo en el Auditorio de la Cámara de Diputados, entre el martes 8 y el viernes 11 de septiembre. La mayor parte de las 198 intervenciones[56] que finalmente se llevaron a cabo —de las más de 300 que estaban previstas según las inscripciones recibidas— durante los cuatro días, fueron favorables al proyecto de ley. Solo un pequeño número de organizaciones solicitó cambios o introdujo alguna crítica u observación (Hernández Prieto, 2015).

El 15 de septiembre, las comisiones de Comunicaciones e Informática, Presupuesto y Hacienda y Libertad de Expresión firmaron un dictamen de mayoría, con modificaciones y cinco disidencias parciales, y cuatro dictámenes en minoría, igualmente con modificaciones.

El dictamen de mayoría, respaldado por 57 diputados, incorporó aproximadamente 200 cambios de distinto nivel de importancia que afectaron a 101 de los 157 artículos del proyecto.

Buena parte de estos habían sido a pedido de representantes de las fuerzas de centroizquierda — especialmente, del Partido Socialista, Solidaridad e Igualdad, Encuentro Social y Popular y Proyecto Sur— a cambio respaldar el texto.

Los temas más controvertidos, y objeto del mayor número de modificaciones, fueron las características y la estructura de la AFSCA, el ingreso de las empresas de telecomunicaciones al mercado de la radiodifusión[57] y los plazos de revisión de las licencias.

El proyecto llegó al recinto de la Cámara Baja el 16 de septiembre. Luego de una larga sesión, en la que 104 diputados de la oposición se ausentaron[58], el proyecto obtuvo media sanción por 147 votos a favor, tres en contra y una abstención. Los votos afirmativos provinieron de los bloques Frente para la Victoria (104), Frente para Victoria — Partido Bloqui (1) Partido Socialista (9), Solidaridad e Igualdad (7), Frente Cívico por Santiago (6), Encuentro Popular y Social (5), Partido de la Concertación (4), Partido de la Concertación — FORJA (2), Partido Nuevo contra la Corrupción (1), Proyecto Progresista (1), Dignidad Peronista (1), Movimiento Independiente (1), Buenos Aires para todos en Proyecto Sur (1), Peronismo Jujeño (1), Guardia Peronista (1) y Renovador de Salta (1). Los votos negativos fueron del Movimiento Popular Neuquino y de Laura Sesma, del Partido Socialista. Miguel Bonasso, de Diálogo por Buenos Aires, se abstuvo[59].

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Una vez en la Cámara Alta, el proyecto fue girado a cuatro comisiones: Sistemas, Medios de Comunicación y Libertad de Expresión, Asuntos Constitucionales, Industria y Comercio y Presupuesto y Hacienda. Estas lo debatieron en siete sesiones plenarias, en las cuales recibieron la visita de especialistas invitados. A la primera sesión asistieron, entre otros, el interventor del COMFER, Gabriel Mariotto, y el titular del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP SE), Tristán Bauer. Durante la segunda, expusieron delegados de radios comunitarias, cooperativas telefónicas y miembros de Pueblos Originarios. La tercera contó con la participación de representantes de asociaciones de profesionales, sindicales y sociales y pequeñas y medianas emisoras. En la cuarta, escucharon las intervenciones de especialistas en comunicación y expertos en derecho constitucional y administrativo. La quinta jornada contó con las asociaciones de propietarios de medios de comunicación. Algunos gobernadores participaron durante la sexta sesión, mientras que en la séptima y última, asistieron Ceferino Namuncurá, titular de la Comisión Nacional de Comunicaciones, y Mariotto (Hernández Prieto, 2015).

Con los dictámenes de las comisiones listos, se fijó una sesión especial para el viernes 9 de octubre. Finalmente, fue convertido en Ley durante la madrugada del 10 de octubre, por 44 votos[60] afirmativos, 24 negativos[61] y ninguna abstención. Diez senadores se ausentaron del recinto[62]. Ese mismo día fue promulgada y se publicó en el Boletín Oficial de la República Argentina.

El capítulo de las "telcos"

Uno de los puntos más controvertidos del proyecto enviado al Congreso fue que permitía el ingreso de las empresas de telecomunicaciones al mercado de la radiodifusión[63], habilitando el "*Triple play*"[64], hasta entonces vedado por la Ley 22.285.

El oficialismo argumentaba que, en el marco de la convergencia tecnológica[65], la industria de las telecomunicaciones ya estaba en condiciones de ofrecer servicios audiovisuales encuadrándolos como "servicios de telecomunicaciones de valor agregado" y regulados por los acuerdos de libre comercio y de servicios. Ciertamente, la lógica convergente que los advances tecnológicos le han permitido adquirir a las actividades info-comunicacionales atraviesa necesariamente cualquier posibilidad de regular los medios de comunicación (Mastrini & Carboni, 2012).

Los defensores del proyecto consideraban más conveniente permitirles a las denominadas "telcos" el ingreso a la actividad y someterlas a la regulación del Estado, lo cual conllevaría la obligación de distribuir contenidos de producción nacional, propia, local y multicultural. En cambio, dejarlas fuera de la Ley les permitiría, implícitamente, el ingreso de la producción audiovisual a través de las reglas propias del mercado de las

telecomunicaciones”[66]. Según afirma Lozano (2010), tanto las telcos como las cableoperadoras, ya habían avanzado en la prestación de servicios de comunicación a través de redes convergentes.

El arco opositor, con sus matices, objetó que se les otorgara a las empresas de telefonía la posibilidad de convertirse en licenciatarios con el argumento de que se abría una nueva puerta a la concentración monopólica, esta vez, liderada por un sector económicamente más poderoso que los *holdings* de medios audiovisuales (Lozano, 2010). Incluso los referentes de fuerzas políticas de centroizquierda que valoraban positivamente la creación de una nueva norma para los medios audiovisuales, como Proyecto Sur o Nuevo Encuentro, al igual que la CTA, interpretaban que la entrada de las telefónicas al mercado dejaba en situación de suma desventaja a las pequeñas prestadoras de cable, a las que les resultaría difícil competir[67].

Un argumento similar sostuvieron las cableoperadoras nucleadas en ATVC, pues veían peligrar su posición dominante en el mercado, dado el mayor poder económico y financiero de las empresas telefónicas. En líneas generales, sostenían que las empresas telefónicas contaban con una red que había sido desarrollada por la ex empresa estatal ENTel, privatizada por el Gobierno de Carlos Menem (1990-1999). Esta llegaba a 8 millones de usuarios y tenía un nivel de facturación varias veces mayor que los de las principales empresas de televisión por cable. Es por ello que consideraban que, de ingresar al mercado, podrían “desmantelar” a unas 700 pymes que brindan el servicio en el interior del país. El límite a la cuota de mercado para las empresas de TV paga, fijada por el proyecto en un 35%, podría ser además vulnerado por las telcos, que podrían ofrecer el servicio por Internet[68].

Por su parte, las empresas de telecomunicaciones, nucleadas en la CIcomRA, en la cual Telefónica y Telecom tenían un peso histórico, argumentaban que el proyecto de ley debía alentar modelos de negocios sustentables que incentivaran la inversión en las redes de nueva generación —como en Europa, Estados Unidos y Asia— y pudieran brindar velocidades de conexión al menos diez veces superiores a las que en ese entonces tenía la mayoría de los usuarios de la Argentina. No obstante, ello requería de un nivel de inversión que las pequeñas cableoperadoras no podían hacer. La Ley podría servir, según esta explicación, para crear un mercado convergente competitivo, aprovechando las ventajas del desarrollo tecnológico.

Ante esta puja de intereses, el 14 de septiembre de 2009 la Presidenta Cristina Fernández anunció la decisión de eliminar el artículo del proyecto que permitiría ingresar a las telefónicas al negocio de la televisión, por entenderlo como un escollo para lograr un consenso amplio en el Congreso. Esta situación logró revertir la disconformidad de las fuerzas de centroizquierda y obtener la media sanción de la LSCA en la Cámara Baja.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La LSCA, medida de política de comunicación

Una vez llevada a cabo una descripción contextual del proceso que precedió la aprobación de la LSCA y de repasar las principales características del caso cuyo tratamiento mediático se analizará, se procura conceptualizar dicha ley desde la perspectiva de las políticas de comunicación, haciendo hincapié en la concepción de 'interés público' que esta propone.

En sentido amplio, las políticas de comunicación abordan una extensa variedad de preocupaciones contemporáneas acerca de la estructura y la organización de los sistemas de comunicación. Si se pretende profundizar en los factores que influyen en su creación, sin embargo, es preciso trascender la mirada convencional de los estudios de medios e incorporar los estudios de políticas públicas. En efecto, las políticas de comunicación son producto de las dinámicas políticas, económicas y culturales, por lo que su análisis demanda necesariamente un enfoque abarcativo: "Las explicaciones acerca de las políticas de comunicación deben, de este modo, basarse en una mirada amplia de los determinantes generales de la acción del Estado y de las corporaciones" (Papathanassopoulos & Negrine, 2010, p. 3, traducción propia).

En un intento por definir qué entienden por políticas públicas, Stylianos Papathanassopoulos & Ralph Negrine (2010) advierten sobre la dificultad de encontrar una única definición del término, pues las diversas aproximaciones disponibles subrayan distintos aspectos según la política pública sea entendida como el producto de un 'proceso de elaboración de políticas' (*policy-making*), 'un patrón de respuestas', un 'conjunto de decisiones', una 'estructura o confluencia de valores de comportamiento' o todas ellas juntas (p.3). Además, las políticas son desarrolladas en una variedad de contextos distintos. Por esa razón, estos investigadores europeos prefieren considerar el análisis de políticas como una descripción general de la cuestión bajo análisis.

En términos ideales, la política pública se deriva de una autoridad pública centralizada que fija objetivos a través de un proceso de revisión racional (Sabatier, 1991). Sin embargo, en la práctica suele involucrar una amplia variedad de problemas, actores y aspectos. Estas son a veces incrementales (Tamayo Sáez, 1997) y pueden ser contradictorias, en tanto lidian con algunos sectores y no con otros. Para el caso de los medios de comunicación, por ejemplo, la política para la prensa impresa puede diferir —de hecho, en general lo hace— de la de los medios audiovisuales. Las políticas implican, así, un proceso dinámico de interacción entre la aproximación del Gobierno a las discusiones y a las resoluciones de los problemas, incluyendo las negociaciones, y otros actores involucrados que buscan influir en el curso de los acontecimientos (Papathanassopoulos & Negrine, 2010).

Siguiendo este punto de vista, la presente Tesis adhiere a la postura de Freedman (2008) respecto de la creación de políticas de comunicación. El autor sostiene que ese

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

proceso no puede pensarse como “mecánico”, es decir, como la aplicación de procedimientos técnicos “objetivos y científicos” desinteresados ante las condiciones cambiantes que imponen, por ejemplo, los desarrollos tecnológicos. Por el contrario, se trata de una “arena decisiva en la cual se celebran, disputan o comprometen diferentes preferencias políticas” en el marco de una compleja trama de aspectos de variada índole (p. 3). En definitiva, es un proceso conflictivo en el cual posiciones políticas encontradas pelean por hacer prevalecer sus propios intereses políticos, económicos e ideológicos.

Aun teniendo en cuenta la complejidad de la variedad de formas en las cuales los actores interesados procuran desplegar mecanismos formales e informales para moldear el comportamiento de los medios (Freedman, 2008), el rol del Estado resulta decisivo en la conformación e implementación de las políticas para el sector. En esa línea, Garnham (1998) las conceptualiza sencillamente como “las formas en las cuales las autoridades públicas moldean o tratan de moldear las estructuras y las prácticas de los medios de comunicación” (p. 210, traducción propia). De modo similar, McQuail las define como “proyectos de gobierno y de administración pública que (…) se caracterizan por implementar ciertos recursos que adquieren la forma de medidas regulatorias o administrativas legalmente obligatorias, tanto nacional como internacionalmente” (McQuail, 2000, pp. 21–22, traducción propia).

En este punto, es preciso echar luz sobre tres conceptos íntimamente relacionados entre sí que suelen utilizarse indistintamente en la literatura sobre políticas de medios, aunque no aluden exactamente a lo mismo. Se trata de “política de medios”[69], “regulación de medios” y “gobernanza de medios”. Freedman (2008) establece una diferencia entre ellas, aunque aclara que muchas veces se superponen.

La política de medios (*media policy*) alude al desarrollo de objetivos y normas que conducen a la creación de instrumentos diseñados para modelar la estructura y el comportamiento de los sistemas de medios. En este sentido, podría parecer más adecuado hablar de políticas —en plural— de medios, ya que las aproximaciones varían de acuerdo con las particularidades del medio bajo consideración. Sin embargo, el término en singular denota que el concepto funciona, en el mejor de los casos, como un gran paraguas que alberga una amplitude de discursos y métodos y, en el peor de ellos, como una manera dispersa y muy engañosa de ordenar un ambiente —o una serie de ambientes— heterogéneo y multidimensional. La necesidad de diseñar políticas de medios obedece, según Freedman (2006, 2008), a tres razones esenciales: la importancia económica del sector, la relevancia social de su actividad como agentes de reproducción social y la necesidad de compensar las ineficiencias del mercado.

De acuerdo con Van Cuilenburg & McQuail (2003) y con McQuail (2010), las políticas de comunicación abarcan tres grandes áreas, cuyas fronteras se vuelven difusas en el marco de los fenómenos de convergencia: la de los medios gráficos, regidos por las

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

garantías de libertad de discurso y de expresión; la de los transportadores comunes (*common carriers*), fundamentalmente la telegrafía, la telefonía y el servicio de televisión por cable, sometidos a reglas de propiedad e infraestructura[70]; y la de la radiodifusión (*broadcasting*), inicialmente compuesta por la radiofonía y luego también por la televisión, caracterizada por una más potente regulación del acceso y del contenido, entre otros aspectos. Esta última área conforma el ámbito de competencia de la LSCA. A la luz del texto de la norma, es más adecuado denominar a esta área "de servicios audiovisuales", en tanto comprende también la radiodifusión televisiva hacia receptores móviles, así como los servicios de radiodifusión sonora independientemente del soporte utilizado, o por servicio satelital, con o sin suscripción en cualquiera de los casos (Congreso de la Nación Argentina, 2009).

La regulación de medios (*media regulation*), por su parte, se focaliza en la operación de herramientas específicas, por lo general fijadas legalmente, que son implementadas sobre los medios a fin de alcanzar metas establecidas por las políticas. En otras palabras, se trata de instrucciones formales y de carácter obligatorio sobre la estructura, la conducta o contenido de los medios. Consecuentemente, la regulación es siempre una potencial intervención sobre una serie de actividades, tanto por considerárselas de "interés público"[71], como por necesidades del mercado o de eficiencia técnica (McQuail, 2010). En este contexto, existe una tensión entre las medidas regulatorias que tienden a emparentarse con la lógica del mercado y aquellas que promueven valores sociales y democráticos en la esfera pública (Lunt & Livingston, 2012).

En el marco de esta Tesis, política —de medios y/o de comunicación— y regulación se utilizan como sinónimos de intervención del Estado nacional en la estructura de los medios con el objeto de definir una estructura política, cultural y económica de los sistemas audiovisuales de comunicación masiva (Mastrini, 2014). Concretamente, se alude a aquellos medios alcanzados por la LSCA, en tanto la norma no contempla la regulación de otros medios audiovisuales como el cine o la industria discográfica, ni tampoco Internet (McQuail, 2010).

En tercer lugar, la gobernanza de medios refiere a la suma total de mecanismos, tanto formales como informales, nacionales y supranacionales, centralizados y dispersos, que buscan organizar los sistemas de medios. Se trata de un fenómeno contemporáneo que da cuenta del cambio en el ejercicio del poder desde las autoridades locales hacia los niveles supra o subnacionales, así como al desarrollo de modos no gubernamentales de organización. Si bien se adhiere a esta distinción propuesta por Freedman (2008), este último concepto excede el marco de la Tesis, dado que el caso de estudio es el debate y la sanción de un mecanismo formal de alcance nacional motorizados por el Poder Ejecutivo.

Desde luego, las políticas no se diseñan ni implementan sobre una tabula rasa; por el contrario, ellas se insertan en un ámbito más bien superpoblado de leyes, organizaciones,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

tradiciones y grupos de interés. Es en este sentido que las políticas pasadas son una parte fundamental del medioambiente en el cual se debaten nuevas iniciativas regulatorias e interactúan con estas (Papathanassopoulos & Negrine, 2010).

Según McQuail (2010), existe una relación jerárquica entre las políticas y la regulación. Las primeras aportan una perspectiva y una serie de principios generales que orientan y legitiman acciones que garanticen el 'interés público'. Estas políticas son luego implementadas mediante regulaciones formales, como mecanismos administrativos o legales dirigidos a modelar la estructura del sistema de medios y su conducta; o informales, tal como la autorregulación que ejerce el sector industrial y sus profesionales por voluntad propia en función de cuestiones técnicas u organizacionales.

A la luz de esta mirada, la LSCA puede ser conceptualizada como un instrumento regulatorio de los medios audiovisuales que, como se observa más detalladamente en los próximos apartados, protege una serie de valores basados en la noción de 'interés público'. Por esa razón, se la considera una medida formal de política de comunicación. En ese texto normativo quedan plasmados principios y dispositivos dirigidos a (re)configurar y modelar el funcionamiento de dicho sistema mediático.

Inspirada en las teorías que conciben a la comunicación como un derecho humano (Loreti & Lozano, 2014), la norma contempla mecanismos dirigidos a fomentar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, a reducir la brecha tecnológica y a aumentar los niveles de diversidad y pluralismo, en tanto se apoya en estándares y recomendaciones de organismos internacionales especialistas en la materia (Loreti, 2011). Además, pone en valor el empleo y la producción nacional y focaliza en la importancia del federalismo en desmedro de su centralización en la zona metropolitana de Buenos Aires (Córdoba, 2013).

En este punto, conviene detenerse sobre la noción de 'interés público' que se sostendrá aquí, los elementos que la componen y las tensiones teóricas que son posibles de establecer entre ellos. La intención es la de construir un andamiaje conceptual que permita indagar luego en los aspectos de estos debates que adquieren relevancia en el texto de la LSCA.

El 'interés público'

Distintos investigadores coinciden en afirmar que el concepto 'interés público' se caracteriza por su amplitud, vaguedad y complejidad, lo cual dificulta la formulación de una definición precisa (Iosifidis, 2011; Just & Puppis, 2012; Papathanassopoulos & Negrine, 2010). La aseveración es válida tanto dentro como fuera del campo de la comunicación, adonde es necesario remontarse a tiempos muy remotos para rastrear el origen del término[72]. En efecto, aquello que debe entenderse como 'interés público' es construido

socialmente en determinado contexto económico, político, cultural y tecnológico. Del mismo modo, varían los medios propuestos para conseguirlo (McQuail, 1998).

En términos generales, pueden reconocerse tres tipos de aproximaciones al concepto de ‘interés público’, que —basados en el esquema de clasificación diseñado por Held (1970)[73] — Papathanassopoulos & Negrine (2010) denominan ‘utilitaristas’, ‘unitarias’ y de ‘interés común’.

Las aproximaciones utilitaristas entienden al ‘interés público’ como la mera suma de valores, preferencias y riquezas individuales, la felicidad y la evasión del dolor. En consecuencia, el rol del Estado debe limitarse a maximizar el beneficio individual de acuerdo con el voto popular general. Este enfoque se origina, así, a partir de lo que Downs considera 'la voluntad del pueblo' (1962). En el caso de la comunicación masiva, el ‘interés público’ es posible de ser alcanzado mediante una mayor libertad para las fuerzas del mercado de los medios. Sus propulsores argumentarían que, en sentido amplio, los sistemas de medios gobernados por las fuerzas del mercado tienden a maximizar los beneficios tanto para productores como para consumidores y para la sociedad en su conjunto (McQuail, 1998).

La igualación del 'interés público' con los 'intereses populares' que propone el enfoque utilitarista ha sido criticada por varios motivos. El principal de ellos es la imposibilidad de homologar al público y sus intereses con los consumidores y los suyos. Una noción tan amplia queda, así, reducida a la suma de las preferencias individuales de consumo de las opciones disponibles en los medios por fuerza de los mercados.

Los conceptos unitarios, por su parte, basan el ‘interés público’ en estándares absolutos de valores colectivos que transcienden los intereses particulares o privados (Iosifidis, 2011). Así, el interés del público se antepone al interés de los individuos con el objetivo de establecer un valor común. Ello requiere que, de ser necesario, los individuos sacrifiquen sus intereses particulares en pos de un ideal o interés mayor.

En el campo de los medios, el ‘interés público’ desde el punto de vista unitario se decide en función de algunos valores o ideología singulares dominantes. McQuail (1998) señala que este sistema es aplicable a la radiodifusión de servicio público[74], pues es considerada en función de los beneficios que, se presume, trae al público la universalidad de la prestación, la preservación de la cultura y la identidad nacionales y el otorgamiento de servicios educativos e informativos. No obstante, el propio McQuail (1998) apunta también que este enfoque corre dos riesgos: primero, puede ser insensible a las necesidades populares; segundo, puede resultar problemático debido a que es capaz de asumir un carácter autoritario, paternalista o ideológicamente discutible.

La tercera aproximación se sitúa entre las dos anteriores y es la denominada “teoría del interés común” (McQuail, 1998), que Iosifidis (2011) llama también “realista” o “pragmática”. Según esta mirada, el ‘interés público’ no es la acumulación de los intereses

individuales sino aquello a lo que las instituciones políticas arriban mediante un proceso de toma de decisiones, un interés compartido con poco margen para la disputa sobre las preferencias personales. Los ejemplos característicos son los servicios básicos de transporte, electricidad, agua.

En el ámbito de los medios de comunicación, las propiedades esenciales de las estructuras mediáticas nacionales y de los servicios que estas proveen —por ejemplo, los estándares técnicos, los subsidios, la asignación de frecuencias o las normas para la emisión de publicidad— están frecuentemente justificadas sobre cierto piso de 'bien común' que trascienden las elecciones individuales y las preferencias y están más fundamentadas sobre las consideraciones de expertos o la tradición que sobre el balance de la opinión popular. Se asume que en el largo plazo la sociedad se beneficia, por caso, de la adopción del principio de la libertad de expresión y publicación, a pesar de que ello no resulte inmediatamente perceptible ni claro para la mayor parte de las personas. Este enfoque se aplicaría también a la noción de una sociedad de la información inclusiva y a la exigencia de un público informado y participativo, entendidos como necesarios para un vigoroso funcionamiento del sistema democrático (Papathanassopoulos & Negrine, 2010).

McQuail (1998) reconoce que la ambigüedad y elasticidad del concepto de 'interés público' también son características en el campo de las políticas de medios de comunicación, aunque la propuesta de este investigador se centra en el tercer tipo de teoría, que llama "el camino intermedio" (p. 53). De acuerdo con su mirada, el contenido más sencillo del término alude al 'interés común' y a los principios de eficiencia, justicia, equidad y el respeto por los valores sociales y culturales actuales que orientan la formación de dichas políticas: "Como mínimo, se puede decir que es por el 'interés público' que los medios no deben hacer ningún daño, pero la noción implica muchas expectativas positivas, así como restricciones y modos de rendición de cuentas" (McQuail, 2003, p. 47, traducción propia).

En relación con dichas expectativas positivas, Van Cuilenburg & McQuail (2003) afirman que "una cuestión de 'interés público' es, en términos generales, aquella que afecta a la sociedad en su conjunto (o a porciones de ella) más que a los individuos inmediatamente involucrados o directamente afectados" (p. 182). Por ese motivo, es comprendido como un fin general a ser perseguido por la regulación de los medios de comunicación de los Estados democráticos en representación de los ciudadanos que los integran. En tanto objetivo general, este puede dividirse en sub-objetivos u objetivos específicos, que los autores relacionan con tres tipos de bienestar: 'político', 'sociocultural' y 'económico'. A la vez, cada uno de estos elementos o 'funciones' de los medios de comunicación se define por valores y criterios relevantes.

En cuanto al 'bienestar político', los valores más importantes son aquellos promovidos por las instituciones políticas democráticas. En ese marco, Van Cuilenburg & McQuail (2003) reconocen la libertad de expresión y de publicación como valores

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

centrales. La igualdad en el acceso a los medios de comunicación y la posibilidad de participación son, asimismo, criterios que adquieren relevancia en mayor o menor grado según la cultura política del contexto en el cual los medios se desarrollan.

Por otra parte, la dinámica del sistema democrático requiere para su funcionamiento un amplio y continuo flujo de la información en la arena pública, toda vez que ello posibilita la participación activa de la ciudadanía en la vida política. Las posibilidades para expresar, recibir y discutir visiones críticas de la sociedad y de los gobiernos deben existir, junto con propuestas y nuevas ideas para las políticas (McQuail, 2010).

En cuanto al 'bienestar sociocultural' existen, según Van Cuilenburg & McQuail (2003), valores y estándares divergentes, todos ellos sensibles a los contextos nacionales. Sin embargo, los autores encuentran un beneficio fundado en el orden y la cohesión social, no solo en términos nacionales sino también subnacionales, regionales, étnicos o lingüísticos. En este sentido, las funciones sociales y culturales de los medios de comunicación aluden a la labor de información, entretenimiento y educación pública a través de las cuales se expresa y reproduce el pluralismo informativo y la diversidad de formas culturales que constituyen la identidad nacional. Noticias, entretenimiento, artes, ocio, deportes y educación pública son algunos de los rubros que contempla este tipo de funciones que interpelan a la sociedad como un todo cohesionado (McQuail, 2010).

En este punto, se hace una breve digresión para conceptualizar las nociones 'pluralismo' y 'diversidad'. Según el Comité de Expertos en Concentraciones Mediáticas y Pluralismo de la Convención Europea (MM-CM), el pluralismo mediático debe comprenderse como la multiplicidad de valores políticos, sociales y culturales, opiniones, información e intereses suministrada por los medios de comunicación (citado en Doyle, 2002). La definición de pluralismo abarca tanto la diversidad de propietarios de medios —una variedad de prestadores independientes y autónomos— como la diversidad de productos —un contenido variado—. El primero es denominado pluralismo 'externo' mientras que el segundo, cuando alude a la diversidad de contenidos al interior de una misma firma, se llama 'interno'. De modo general, el pluralismo puede también clasificarse según sea 'político' o 'cultural'. El primero se refiere a la necesidad, en función de los intereses democráticos, de que una variedad de puntos de vista y opiniones políticas estén representadas en los medios de comunicación. Mientras tanto, el pluralismo 'cultural' alude a la importancia de que la variedad de culturas existentes encuentren expresión en los medios: "La diversidad cultural y la cohesión social pueden verse amenazadas a menos que las culturas y los valores de todos los grupos dentro de la sociedad (…) estén representados en los medios" (Doyle, 2002, p. 12).

Retomando los distintos tipos de bienestar, en tercer lugar se halla el 'bienestar económico', que también ha sido objeto de fluctuantes definiciones. Los medios, así como otra amplia gama de actividades relacionadas con el campo de la comunicación, integran un mercado en permanente desarrollo. Su valor económico es inequívoco y creciente

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

(McQuail, 2010) en el marco de una Sociedad de la Información que, además de los clásicos valores de eficiencia, empleo y beneficio, incluye los de innovación tecnológica e interconexión (Van Cuilenburg & McQuail, 2003). En efecto, los especialistas señalan la cada vez mayor incidencia de las industrias de la comunicación en el PBI de los países; es decir, como formadoras y multiplicadoras del capital (Becerra & Mastrini, 2009).

McQuail (2010) apunta que las regulaciones específicas en este ámbito son a menudo formuladas para estimular la aplicación de las tecnologías de la comunicación en la economía y en el crecimiento del sector de tecnologías de la información, pero también pueden orientarse a la protección de intereses económicos nacionales —como, por ejemplo, las quejas sobre la piratería o los debates en materia de proteccionismo cultural entre Estados Unidos y Europa en el contexto de la OMC—, a reducir las prácticas monopólicas y a estimular la competencia por razones de eficiencia.

El mercado de los medios de comunicación, y el de los productos culturales dentro del cual este se inserta[75], presenta características que lo distinguen de los de bienes de consumo y que deben ser tenidas en cuenta a la hora de considerar la regulación que lo organiza. Estas pueden sintetizarse en la inmaterialidad de los bienes que produce, un valor de cambio basado en la novedad y un bajo costo marginal (Becerra & Mastrini, 2009).

El primero de estos rasgos, la inmaterialidad, alude al carácter simbólico de los bienes que este mercado genera y porta. En segundo término, el valor de cambio deriva de la novedad del producto: la información se consume una sola vez; luego, deja de ser nueva y pierde su valor. Por ese motivo, se requiere una rápida innovación y renovación que estimule el dinamismo del mercado. Tercero, el costo marginal —variación del costo en relación con la variación en la producción— de las mercancías culturales, suele ser muy bajo, puesto que la inversión más fuerte se halla en el prototipo original. Ello promueve la generación de economías de escala[76]: a medida que la producción crece, los costos por unidad producida se reducen. Estas condiciones favorecen la concentración del mercado y la formación de situaciones oligopólicas o monopólicas (Becerra & Mastrini, 2009), pues son pocas las empresas en condiciones de costear aquellos fracasos determinados por la aleatoriedad de la demanda y la necesidad de renovación constante de los productos.

Justamente para hacer frente a la dificultad de establecer con certeza cuál será la demanda de los productos culturales, muchas empresas han impulsado economías de gama: la expansion —crecimiento diagonal o lateral— a otros segmentos del mercado con el objetivo de lograr que el coste de producción conjunto sea menor que la suma de las producciones por separado y contar con mayores posibilidades de producir bienes exitosos en términos de demanda:

La combinación de economías de escala y de gama hace que haya fuertes presiones

> hacia las posiciones dominantes de las empresas más importantes de cada rama. Esto ha llevado a un constante intento de ampliar los mercados. Una vez saturados los mercados nacionales, los grandes grupos han comenzado, en distintos momentos según las ramas, su expansión transfronteriza (Mastrini & Becerra, 2006, p. 40).

Estos procesos de concentración y expansión de los mercados por parte de grandes empresas culturales han motivado la intervención de los Estados. Estos vieron allí un problema económico que, salvo excepciones, impacta negativamente sobre la competencia y la eficiencia (Mastrini, 2014, p. 209).

Ahora bien, como señala López Olarte (2006), las dimensiones culturales y económicas que se desprenden de los productos culturales no pueden considerarse de modo aislado, pues se relacionan en múltiples ámbitos. Por caso, más allá de las limitaciones que la propia racionalidad económica postula para el fenómeno de la concentración, numerosos investigadores han señalado que este puede impactar negativamente sobre la diversidad de contenidos y el pluralismo informativo (Doyle, 2002; López Olarte, 2006; Miège, 2006; Miguel de Bustos, 2004; Pérez Gómez, 2000, entre otros), impactando negativamente en el 'bienestar sociocultural'.

La compleja relación entre el fenómeno de concentración de la propiedad[77] de los medios de comunicación, entendida como "la centralización de capitales de una actividad económica en pocas manos" (Becerra & Mastrini, 2009, p. 30) y los aspectos propios del bienestar sociocultural ha sido, sin embargo, materia de profundos debates entre especialistas desde distintos enfoques. En buena parte, el vínculo entre uno y otro factor varía en función de la interpretación que se haga del primero.

Dentro del campo de la economía política de la comunicación, es posible identificar, en términos generales, tres grandes grupos de lecturas teóricas acerca del fenómeno de la concentración: la perspectiva liberal o neoclásica, la escuela crítica y las "posturas intermedias" (Mastrini & Aguerre, 2007; Mastrini, 2014).

La perspectiva liberal o neoclásica no cuestiona los procesos de concentración de la propiedad, a menos que se produzcan casos de monopolio. En este sentido, se sostiene que el mercado es capaz de autorregularse, por lo cual la acción del Estado para evitar la concentración del sistema comunicacional es desechada como posibilidad (Mastrini, 2014). Incluso, ha llegado a considerase que los efectos de la concentración pueden resultar económicamente positives cuando se obtienen economías de escala que permiten absorber costos fijos y las empresas adquieren solidez financiera para realizar inversiones en tecnología. Por otra parte, la integración de varias empresas nacionales puede favorecer la creación de un "*national champion*" (Pérez Gómez, 2000, p. 86) capaz de competir con las grandes multinacionales del sector. No obstante, la posición dominante de los grupos concentrados suele imponer altas barreras de entrada para nuevos jugadores al mercado, que requieren inversiones mayores para poder ingresar, afectando así la libre competencia (Mastrini & Becerra, 2006).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Desde posturas calificadas de “drásticas” (Mastrini, 2014), como las de Adam Thierer (2005) o Benjamin Compaine & Douglas Gomery (2000), se niega la existencia de evidencia empírica sobre los efectos de la concentración de la propiedad en la reducción de la diversidad de contenidos y la actual sociedad de la información se caracteriza por una abundancia de información, de modo que la concentración de la propiedad no causaría una disminución en el número de opciones periodísticas. Otros trabajos más sofisticados, como los de Noam (2006), incorporan la variable de la pluralidad de voces a la medición de la concentración con el objetivo de medir la diversidad de los mercados.

Por otro lado, Van der Wurff y Van Cuilenburg (2001) investigan, desde la teoría de la organización industrial, la influencia que la concentración de la propiedad ejerce sobre la diversidad y el pluralismo en el mercado de la televisión holandesa. Para estos investigadores, la noción de diversidad se refiere, en términos generales, a la variación de los contenidos de los medios en una o más de una de sus dimensiones y abarca dos grandes tipos opuestos y, a la vez, complementarios: la diversidad reflectiva (*reflective diversity*) y la diversidad abierta (*open diversity*).

La diversidad reflectiva alude a la proporción en la cual los medios expresan la variedad de ideas y asuntos que prefiere consumir la audiencia. Esta noción deriva de aquel principio que sostiene que los medios deben procurar satisfacer las demandas de todos sus usuarios y, en última instancia, evoca el argumento económico de que la oferta debe satisfacer a la demanda (Van der Wurff & Van Cuilenburg, 2001).

La diversidad abierta, en cambio, procura evaluar en qué medida los medios representan todos los temas e ideas que circulan en la sociedad, independientemente de la recepción que estos convoquen en la audiencia. El concepto se construye sobre el principio racional que sostiene que los contenidos deben invitar a la reflexión y buscar la mayor ecuanimidad posible. Alude, finalmente, al argumento político y cultural de que todas las ideas deben tener acceso uniforme al sistema de medios (Van der Wurff & Van Cuilenburg, 2001).

Desde el punto de vista de Van der Wurff y Van Cuilenburg, “un sistema mediático se comporta de manera óptima cuando alcanza un balance entre la diversidad abierta y la reflectiva” (2001, p. 214). La obtención de ese equilibrio se relaciona estrechamente con las estrategias competitivas que desplieguen las empresas dentro del sistema de medios y con el tamaño del mercado. En consecuencia, estos autores consideran que la clave está en sostener mercados de medios de carácter oligopólico, con niveles de concentración que aseguren un modelo de competencia moderada y eviten la competencia ruinosa. Esta competencia moderada, asegurada por una fuerte restricción a la entrada de nuevos competidores, sería la mayor garantía para alcanzar un grado óptimo de diversidad abierta y reflectiva, pero también precios racionales y una adecuada innovación tecnológica.

El principal problema del planteo de Van der Wurff y Van Cuilenburg es, según argumenta Mastrini (2014), que “deja en manos de los operadores del mercado la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

resolución de un tema tan importante para la sociedad como es el pluralismo" en lugar de asumir que se trata de una responsabilidad que debe quedar en manos del Estado (2014, p. 275).

La escuela crítica, por su parte, interpreta la concentración como una tendencia natural del sistema capitalista y destaca la relevancia del fenómeno en el campo de los medios de comunicación, en tanto considera que esta impacta negativamente en la circulación democrática de los bienes simbólicos (Mastrini, 2014). Tempranamente, la investigación de Ben Bagdikian (1986) en Estados Unidos estableció vinculaciones entre los valores e intereses de los propietarios de los medios y sus líneas editoriales. Estas se pueden producir de modo indirecto, vía influencia sobre los editores o autocensura, o directa, mediante el control explícito de los contenidos. Según este autor, la concentración de la propiedad genera necesariamente dificultades para que se expresen voces críticas al sistema.

Otros trabajos, como el de Alberto Pérez Gómez (2000), reconocen que uno de los mayores riesgos que entraña la concentración de la propiedad alude a sus potenciales efectos en el plano del pluralismo informativo, especialmente, cuando un grupo de comunicación cuenta simultáneamente con presencia en la radio, en la prensa y la televisión. En esos casos, los públicos reciben mensajes muy similares por distintos medios de transmisión, muchas veces sin saber que la fuente de toda esa información es una misma empresa. No obstante, señala la dificultad para determinar empíricamente cuándo ello sucede y hace hincapié en la necesidad de llevar a cabo estudios específicos para analizar la influencia que una determinada empresa de comunicación es capaz de ejercer en la opinión pública.

En la misma línea, Bernard Miège (2006) alerta que los datos que permiten observar fácilmente las consecuencias económicas de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, no se traducen necesariamente en claras evidencias respecto de los impactos que esta tiene sobre los contenidos. Este aspecto resulta central, puesto que induce a pensar que medidas de carácter económico financiero no se corresponden sencilla y automáticamente con consecuencias sociopolíticas y culturales. Para comprender las repercusiones de la concentración en los contenidos, es preciso, según el autor, un andamiaje analítico que involucre también cuestiones prácticas como las apropiaciones sociales que se corresponden con las innovaciones técnicas, las prácticas de consumo y las relaciones entre arte, cultura y comunicación.

En tercer término, algunos investigadores sostienen posturas intermedias. Este enfoque reconoce que la concentración implica un riesgo para el pluralismo de contenidos pero establece que las políticas de comunicación no deben atentar contra el desarrollo económico del mercado. Uno de los trabajos más significativos en este campo es el de Gillian Doyle (2002). Desde una perspectiva económica, la autora afirma que la regulación de la propiedad debe servir para impedir la concentración porque, si bien la relación no es

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

directa, esta puede afectar al pluralismo y constituir un riesgo para la democracia y para el sistema político. Sin embargo, los reguladores no deben descuidar los intereses económicos de la industria, a la cual deben asistir para que pueda capitalizar los desarrollos tecnológicos y administrar eficientemente los recursos disponibles.

La autora admite que es posible inferir lógicamente la existencia de una correlación negativa entre los niveles de dominio del mercado y los niveles de pluralismo político y cultural: más altos niveles de dominación del mercado significan un menor número de proveedores competidores; un menor número estos últimos implica menor grado de pluralismo. Sin embargo, alerta que en la práctica no es tarea fácil aislar el papel desempeñado por los modelos de propiedad en la variedad de productos que se ponen a disposición del público. Luego avanza un paso más al vincular el tamaño de las empresas con la posibilidad de innovación:

> El concepto de pluralismo abarca tanto la diversidad de la producción (contenido) como la diversidad de la propiedad. En la medida en que las grandes organizaciones pueden estar en mejor situación que las pequeñas para la innovación y para añadir valor a la gama de productos de comunicación, puede producirse un caso aparentemente contradictorio: que la concentración de la propiedad en realidad aumenta el pluralismo. Los niveles más altos de la dominación del mercado significan un menor número de proveedores competidores; un menor número de proveedores de la competencia implica un uso más rentable de los recursos; la disponibilidad de más recursos para la innovación implica un aumento de la producción; una producción más diversa implica un mayor grado de pluralismo (Doyle, 2002, p. 13, traducción propia).

Con ello, pretende demostrar que la relación concentración-pluralismo es compleja e indirecta y no debe ser descuidada. Además, incluye el tamaño del mercado, la disponibilidad de recursos y la diversidad de contenidos como variables igualmente relevantes.

En efecto, no es posible establecer una medida exacta sobre qué cantidad de productos o propietarios se requieren para garantizar el pluralismo; depende, más bien, del grado de diversidad que una sociedad sea capaz de construir (Mastrini, 2014). En ese marco, reconoce el rol del Estado para limitar los procesos de concentración y la propiedad cruzada de medios, pero también para asegurar la diversidad en los contenidos. Esto porque considera que la multiplicidad de propietarios es condición necesaria pero no suficiente para garantizar el pluralismo. Así, propone reglamentaciones que obliguen a los dueños de las señales de televisión a transmitir un mínimo de programas producidos por operadores independientes, aunque advierte que estas prescripciones pueden plantear el problema de intrusiones no deseadas sobre la libertad de prensa: “si la homogeneización de los contenidos de los medios no es deseable, tampoco lo es la interferencia del Estado en la toma de decisiones editoriales” (Doyle, 2002, p. 28).

En sintonía con Doyle (2002), Llorens Maluquer (2001) apunta que desde un punto de vista exclusivamente económico, la concentración de medios se considera propicia si

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

supone economías de escala y de alcance reales, aunque es criticada si implica un cierre del mercado, una pérdida de valor para el accionista o un daño para el consumidor. No obstante, resulta mucho más complicado dictaminar desde una perspectiva vista política y sociocultural. En este caso, según el investigador español

> …la concentración de medios por sí misma no es ni buena ni mala, lo son algunos de sus efectos. (…) El problema radica en que es muy difícil de verificar las hipótesis relativas a la influencia de la propiedad sobre el contenido de los medios, por la dificultad de aislar una influencia en el complejo entramado de relaciones que se establecen alrededor de un medio de comunicación (Llorens-Maluquer, 2001, pp. 121,122).

Del lado de la regulación, resulta igualmente dificultoso fijar criterios para discernir entre las dimensiones económica y cultural, pues ambas conviven y se determinan mutuamente. Sin embargo, es posible distinguir entre aquellas normas que tienen un componente fundamentalmente económico, como ocurre con las cuestiones ligadas al financiamiento, de las que se originan en razones de bienestar sociocultural (Mastrini, 2014), tal como las medidas que determinan la incorporación de subtitulado, lenguaje de señas y audio descripción en medios audiovisuales para la recepción por personas con distintos tipos de discapacidad, y de aquellas fundadas en criterios de bienestar político, como el derecho a réplica[78].

En efecto, la concepción de 'interés público' que guía la regulación en materia de comunicación y cultura varía según el tipo de relación que se establece entre las funciones política, sociocultural y económica que se les reconocen a los medios. Las políticas de comunicación formuladas desde esta perspectiva procuran conseguir el equilibrio entre el bienestar cultural y político, expresados en valores como la libertad de expresión, la diversidad y el pluralismo, y el bienestar económico de los operadores del sector (Van Cuilenburg y McQuail, 2003).

Hasta aquí se han desarrollado los distintos aspectos teóricos que componen la noción de 'interés público' de los servicios de comunicación audiovisual. Al respecto, cabe aclarar que se ha abordado la concepción europea del mismo, puesto que en la regulación argentina ha dominado históricamente la categorización jurídica del término (Porto & Schifer, 2009). La noción de 'servicio de interés público' es considerada, desde esta última perspectiva, una variante moderada de la idea de 'servicio público'. La radiodifusión es una actividad privada y libre que no puede ser monopolizada por el Estado, aunque tampoco debe ser circunscrita totalmente a su faceta comercial, dado que se les encomienda satisfacer fines sociales que atiendan al bien común.

El 'servicio público', en cambio, refiere igualmente a una actividad considerada de interés general, pero en la cual "el Estado asume directamente su responsabilidad y su control, sometiéndola, si fuera necesario, a un régimen jurídico especial" (Tremblay, 1988, p. 57). En este sentido, debe cumplir tres requisitos: continuidad, regularidad y uniformidad

o igualdad. La continuidad implica que el servicio debe satisfacer la necesidad pública toda vez que ella se presente; la regularidad alude a que debe prestarse según conformidad a reglas y condiciones preestablecidas, que implican mejoras en la prestación; por último, la uniformidad o igualdad refiere a que todas las personas tienen derecho a exigir el servicio en igualdad de condiciones (Gordillo, 2014)[79].

En el próximo apartado, se analizará la relación que el texto de la LSCA propone entre los tres tipos de bienestar integrados en la noción europea de 'interés público' y, en este sentido, cuáles son los valores protegidos por la norma.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el 'interés público'

La noción de 'interés público', desde su perspectiva jurídica, fue empleada en todas las leyes que regularon la radio y la televisión en Argentina. Aunque en ninguna de estas normas se explicitaron los alcances precisos del término, "este ha sido entendido como la intervención mínima del Estado para establecer regulaciones acerca del funcionamiento de los medios de radiodifusión privados" (Califano, 2014, p. 110).

Históricamente, la naturaleza jurídica del servicio de radiodifusión en la Argentina se ha definido —no sin polémica— como "de interés público" en oposición a la formulación del modelo continental europeo. Este último lo consideraba un servicio público y, por ello, estipulaba una responsabilidad estatal que en nuestro país era considerada "peligrosa". La legislación argentina preservó, entonces, un modelo mixto con una función subsidiaria del Estado, tal como afirma Loreti (1995).

Según Porto & Schifer (2009), la consagración normativa de la radiodifusión como servicio 'de interés público' desde esta perspectiva jurídica se produjo con la Ley 22.285, sancionada por la dictadura militar que gobernó la Argentina entre 1976 y 1983. En su artículo 4°, la Ley promulgada en 1980 expresaba que "Los servicios de radiodifusión se declaran de interés público"[80]. Esta única mención se complementaba con lo declarado en la Exposición de Motivos del proyecto de ley, que le reconocía al 'interés público' tres obligaciones fundamentales:

> …que deben satisfacer los objetivos comunitarios que se le fijan; que su prestación no debe ser, obligatoriamente, monopolio del Estado y que la prestación resultante del principio de subsidiariedad no debe constituir una mera actividad mercantil o lucrativa. En tal sentido, el interés privado de la explotación debe conciliarse con el 'interés público' del servicio, habida cuenta de que el Estado asegura la provisión del servicio donde este no sea rentable o donde lo exijan razones de soberanía nacional (citado en Porto & Schifer, 2009, p. 38).

La norma establecía claramente el carácter comercial de los servicios de radiodifusión prestados por actores privados y le reservaba al Estado un rol subsidiario, en

tanto su artículo 10° determinaba que este promovería y proveería dichos servicios "cuando no los preste la actividad privada, en zonas de fomento y en las zonas de frontera, especialmente en las áreas de frontera, con el objeto de asegurar la cobertura máxima del territorio argentino"[81]. Se preveían además mecanismos para el control ideológico de los contenidos, en consonancia con el carácter autoritario y centralista que regía la lógica del dominio militar (Postolski & Marino, 2009).

Con esta regulación como base, fue durante la década de los 90 cuando el sistema de medios audiovisuales argentino se orientó más marcadamente hacia la concentración y extranjerización de la propiedad, la tercerización de las producciones audiovisuales y la centralización alrededor de la zona metropolitana de Buenos Aires (Marino *et al.*, 2012; Mastrini, 2009). En este marco, la actividad regulatoria del Estado nacional promovió fundamentalmente el bienestar económico de las empresas, apoyada en la premisa del libre mercado.

Tal como sostiene Mastrini (2014), el delgado equilibrio entre objetivos propios del 'bienestar sociopolítico', como la diversidad y el pluralismo, y de 'bienestar económico', como la sustentabilidad de las empresas que operan en el sistema de medios, se rompió definitivamente a favor de los criterios de mercado. Estos fueron promovidos por políticas públicas presentadas como de "desregulación", en tanto se basaron en la figura de un Estado en retirada, cuando en realidad tuvieron una dirección precisa que incluyó la connivencia entre el regulador y el sector regulado en desmedro del interés común. Por esa razón, se ha optado por denominarlas de "rerregulación" (Mastrini & Mestman, 1996). De hecho, durante los gobiernos de Carlos Menem (1989-1995 y 1995-1999) se llevaron a cabo innumerables modificaciones a la Ley de Radiodifusión de distinto grado de impacto para el sistema de medios. Ello se produjo, además, en ausencia de debate público y político (L. Albornoz & Hernández, 2009).

El proceso iniciado hacia el final de la primera década del siglo XXI[82] puso en cuestión la relación entre los objetivos políticos, socioculturales y económicos que se había venido forjando desde la sanción de la Ley 22.285 y propuso un nuevo vínculo que quedaría plasmado en la LSCA. En este sentido, el texto de la Ley puede interpretarse globalmente como una síntesis institucional y político-legal acerca de la consideración del 'interés público' en materia de comunicación audiovisual (Linares, 2014).

En su artículo 2°, la LSCA[83] afirma que los servicios de comunicación audiovisual son

> …de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones (…) La condición de actividad de 'interés público' importa la preservación y el desarrollo de las actividades previstas en la presente como parte de las obligaciones del Estado nacional establecidas en el artículo 75 inciso 19 de la Constitución Nacional[84]. A tal efecto, la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes resulta una actividad social

de interés público, en la que el Estado debe salvaguardar el derecho a la información, a la participación, preservación y desarrollo del Estado de Derecho, así como los valores de la libertad de expresión (Congreso de la Nación Argentina, 2009).

La definición de la actividad como de 'interés público' en uno de sus primeros artículos expresa la adopción de una postura teórico-política para conceptualizar y regular el sistema de medios audiovisuales. A continuación, se analizarán los valores protegidos por la Ley basados en la noción de 'interés público' tal como es concebida en este trabajo. Aunque estarán organizados de modo esquemático según el tipo de bienestar que promueven, se asume que varios de ellos son trasversales a esta clasificación.

El objetivo de este procedimiento es identificar los elementos conceptuales a partir de los cuales se elaborarán las variables que se rastrearán en los textos sobre la LSCA en la prensa económica argentina. De la particular combinación de las mismas emergerán los encuadres utilizados para el tratamiento del caso. Al respecto, es preciso hacer una aclaración: no se retomarán aquí todos los valores y criterios incorporados en las conceptualizaciones de los distintos tipos de 'bienestar'. En cambio, se optó por profundizar en los considerados más relevantes en función de dos factores: el protagonismo que adquirieron en el texto de la LSCA y su presencia en la superficie mediática.

Valores del 'bienestar político'

El valor más importante para el 'bienestar político' es, sin dudas, la libertad de expresión. Se trata de un derecho primordial para el funcionamiento del sistema democrático, según establecen los pactos y tratados internacionales cuya jerarquía constitucional es reconocida en el inciso 22 del artículo 75 de la Constitución Nacional (1994)[85]. La LSCA —desde el proyecto seminal— se inspiró tanto en ellos como en los textos internacionales en informes, convenciones, declaraciones y opiniones consultivas de distintos organismos con responsabilidad institucional supranacional como la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión[86] de la OEA, la CIDH y la Corte IDH, así como una extensa jurisprudencia en la materia[87].

A diferencia de la Ley de Radiodifusión dictada en 1980, que contemplaba restricciones temporales a la libertad de expresión fundadas en la "seguridad nacional", esta propuesta resaltó desde sus inicios la necesidad de garantizar el derecho humano universal a la información y a la libertad de expresión, tal como lo prevén el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos (OEA, 1969) y los estándares de interpretación que surgen de la Declaración de Principios de Libertad de Expresión de la CIDH (2000). Aquel artículo implica el derecho a buscar, recibir y difundir informaciones y opiniones de todo tipo sin fronteras ni restricciones, mediante cualquier procedimiento y sin previa censura. En

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

este sentido, y tal como queda plasmado en la propia LSCA, los medios de comunicación son actores centrales en el desarrollo de la sociedad de la información y se considera que contribuyen significativamente con el ejercicio de la libertad de expresión[88].

Interesa detenerse un momento en algunos aspectos de la noción de 'libertad de expresión', pues la concepción propuesta por la LSCA, en consonancia con los instrumentos internacionales y los sistemas de protección de derechos humanos, está en tensión teórica con la mirada restrictiva de la *free speech tradition* basada en exigirle al Estado que se abstenga de llevar a cabo acciones de censura (Loreti, 2009; Loreti & Lozano, 2010, 2014). Esta oposición puede ser sintetizada como una contradicción entre una perspectiva acotada e individual frente a otra amplia que complementa la faz individual con otra de carácter social o colectivo (Corte IDH, 1985). Ambas miradas suponen, también, posturas encontradas respecto del rol que debe cumplir el Estado como garante de ese derecho.

La lectura que la aproximación decimonónica de la *free speech tradition* (Curtis, 2000) hace del derecho de libertad de expresión es de corte "liberal" o "liberal-conservador", pues está basada en la idea del *laissez faire*. Es decir que, en su versión más extrema, la protección de este derecho implica no hacer nada al respecto. En sintonía con esta mirada restrictiva se ubica la afirmación "la mejor regulación en materia de prensa es la que no existe" (Gargarella, 2013).

Este principio liberal de la libertad de expresión comenzó a ser consagrado constitucionalmente en el siglo XVIII y, tal como afirma Mastrini (2014), su vigencia se ha prolongado a lo largo de los años, persistiendo aún en la actualidad:

> La libertad de expresión es la enunciación mínima de un derecho subjetivo público del individuo. Es un típico derecho de status negativo, del tipo de derechos en los cuales el Estado debe abstenerse. Obligación que debe traducirse en no ejercer censura previa y en no interferir en el manejo de la información. (…) La libertad de expresión puede definirse como la facultad que asiste a todo individuo de manifestar y de comunicar su universo moral, cognitivo y simbólico mediante cualquier tipo de expresiones, sin que nadie pueda limitar ex ante el ejercicio de esa facultad. A este fundamento moral de la libertad de expresión habría que agregar que es una condición y una muestra de la existencia de un Estado democrático de derecho (Osorio Meléndez, 1997, citado en Mastrini, 2014, pp. 112-113).

Desde este punto de vista, el Estado es el enemigo natural de la libertad y procura silenciar al "orador en la esquina de la calle" que toma la voz pública, por lo cual se le deben poner límites (Fiss, 1999). Promovida como libertad de prensa especialmente por los medios masivos de comunicación, esta noción fue ampliada tras la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) con el concepto de 'libertad de información' en el contexto de la aparición la televisión y la radio: el individuo, considerado primordialmente emisor, pasó a considerarse predominantemente receptor. El reconocimiento de esta vertiente pasiva de la libertad de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

expresión incorpora la libertad de recibir información, tal como queda expresado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos sancionada por la ONU en 1948 (Loreti, 2010).

En efecto, la dimensión individual de la libertad de expresión involucra, según la Opinión Consultiva 5/85 de la Corte IDH, el derecho a hablar, a escribir, así como a utilizar cualquier medio apropiado para difundir el pensamiento y hacerlo llegar al mayor número de destinatarios: expresión y difusión libre del pensamiento son inseparables (Corte IDH, 1985).

En contraposición con la lectura liberal, se ubica la concepción del norteamericano Owen Fiss (1999). Este constitucionalista sostiene, en su interpretación de la primera enmienda de la Constitución de los Estados Unidos, que la intervención del Estado debe ser positiva con el objeto de garantizar el derecho a la libertad de expresión del conjunto de la población y promover, así, el debate público robusto (Gargarella, 2013).

Una perspectiva progresista que busca el respeto de la libertad de expresión requiere, para Fiss (1999), defender no solo la libertad sino también la igualdad a través de la cual es posible proteger esa libertad. En consecuencia, si la promoción de la libertad por parte del Estado puede fundarse en la limitación de su accionar, la persecución de objetivos igualitarios precisa de un ejercicio activo del poder estatal (Loreti, 2010).

Consecuentemente, la dimensión individual de la libertad de expresión se complementa necesariamente con una faz social, ineludible para garantizar la libertad de información y la formación de la opinión pública. Esta última faz es la que recoge y promueve especialmente la LSCA. Si el ejercicio de la libertad de expresión requiere, por un lado, que ninguna persona sea injustamente perjudicada o privada de manifestar sus ideas, también implica, por otra parte, el derecho colectivo de todos los otros miembros de la sociedad a recibir cualquier información y a conocer la expresión del pensamiento ajeno (Corte IDH, 1985).

El derecho colectivo que tienen todos los ciudadanos de recibir y a acceder a informaciones y opiniones diversas resulta fundamental para el ejercicio del debate público que exige el sistema democrático para su vigoroso funcionamiento. En este marco, los medios masivos de comunicación, tanto estatales como privados, se constituyen en instrumentos necesarios para materializar el ejercicio de la libertad de expresión en ambas dimensiones —como vía de acceso y como vía de expresión—, pues deben ser garantizadas de modo simultáneo.

En esta línea, Loreti & Lozano apuntan que

> El peligro que encierra la consideración de la libertad de expresión como un derecho individual, alejado de los objetivos de la autonomía colectiva y desligado de su valor social, se vuelve tangible cuando la expresión de opiniones se lleva a cabo en contextos de escasez. Una declaración desplaza a otra, y la protección de la autonomía de quien toma la voz pública se revela insuficiente. Esta variante de la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

> teoría del mercado de ideas producirá un debate condicionado por los mismos poderes fácticos que dominan la estructura social (2014, p. 53).

Así, las medidas regulatorias implementadas en pos de promover el 'bienestar sociocultural', como el fomento a la diversidad y al pluralismo[89], también pueden ser interpretadas como acciones estatales dirigidas a hacer efectiva la libertad de expresión en sus dos dimensiones complementarias. Como ya se ha dicho, los distintos tipos de bienestar están interrelacionados y la búsqueda de uno conlleva la consideración de los otros.

La citada Opinión Consultiva 5/85 establece que el principio de la libertad de expresión demanda que no haya individuos o grupos excluidos del acceso a los medios, tanto para informarse como para expresarse. Para ello se considera indispensable la pluralidad y la prohibición de cualquier tipo de monopolio u oligopolio en la propiedad de los mismos, dado que ello tiene por efecto obstaculizar la comunicación y la libre circulación de ideas y opiniones y afectar la libertad e independencia de los periodistas. (Corte IDH, 1985).

Desde esta perspectiva, no solo se afirma la importancia de que el Estado desempeñe un rol activo en la regulación del sistema de medios sino también la subordinación de la racionalidad económica a valores propios del bienestar político y sociocultural.

Por otra parte, el principio 12 de la "Declaración de Principios de Libertad de Expresión" que la CIDH proclamó en 2000 y que la LSCA retoma en los comentarios de distintos artículos[90], establece que

> Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos (CIDH, 2000).

En la misma dirección, pocas semanas después de la sanción de la LSCA, en diciembre de 2009, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH formuló los "Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente". El texto ratifica la potestad de los Estados para regular la radiodifusión, atribución que implica tanto la posibilidad de definir los procedimientos para otorgar, renovar o revocar licencias, como la de diseñar e implementar políticas públicas sobre esta actividad, a condición de que se respeten los principios de la libertad de expresión. Al respecto, establece que cualquier regulación de la radiodifusión debe estar prevista en una Ley clara y precisa; tener como finalidad la libertad e independencia de los medios, y la equidad e igualdad en el acceso al

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

proceso comunicativo; y establecer solo aquellas restricciones que sean necesarias, idóneas y proporcionadas al fin legítimo que persigan (Relatoría Especial para la Libertad de Expresión CIDH, 2009).

Las palabras de Fiss (2004) resultan esclarecedoras en este sentido:

> …en una sociedad capitalista la protección de la autonomía producirá, en general, un debate público que es dominado por quienes son económicamente poderosos. El mercado — aun el que opera de un modo suave y eficiente— no asegura que todas las opiniones relevantes serán oídas, sino solo aquellas que son defendidas por los ricos, por quienes pueden pedir préstamos de otros o por quienes pueden confeccionar un producto que atraerá suficientes anunciantes o suscriptores para mantener la empresa (p.71).

Tanto la postura de Fiss (2004) como la expresada en diversos pronunciamientos de organismos con responsabilidad institucional en la materia, observan una clara relación entre la concentración de la propiedad de los medios de comunicación y la reducción en la diversidad de voces y el pluralismo, a diferencia de los enfoques académicos propios de la economía política de la comunicación, desde donde algunos trabajos relativizan la existencia de vínculos tan directos entre ambos aspectos, tal como se argumentó en el apartado **2.4.1.**

Desde la perspectiva del derecho a la comunicación, se alerta así acerca de los peligros que la primacía de la lógica de la explotación comercial entraña para el ejercicio de los derechos políticos. García Rey & Lozano (2009), en su análisis del caso argentino, apuntan que las estructuras concentradas de los sistemas de medios implican una doble limitación para el ejercicio del derecho a la información, tanto su faz individual como en la colectiva: por un lado, discriminan e impiden que diversos sectores de la sociedad den a conocer sus ideas libremente. Por el otro, “priva al resto de la sociedad del acceso a esa información y a las opiniones producidas por grupos diferentes a los grandes conglomerados mediáticos” (p. 427).

En esa misma línea se ubica, por último, el emblemático fallo de la CSJN que definió, en octubre de 2013, el conflicto judicial entre el Grupo Clarín y el Estado nacional desatado a partir de la demanda de inconstitucionalidad de la LSCA que había presentado el conglomerado mediático. La sentencia, de 392 fojas, determinó que la Ley es completamente constitucional y plenamente aplicable a la actora (CSJN, 2013).

Entre los principales fundamentos del fallo, que sentó jurisprudencia al ponderar el rol regulador del Estado en la materia, el máximo tribunal argumentó que la libertad de expresión es una de las libertades constitucionales con mayor entidad y retomó las consideraciones de la CIDH en tanto deben reconocérsele una fase individual y otra colectiva. La primera, basada en el derecho a difundir ideas, admite una casi mínima regulación estatal; la segunda tiene por objeto proteger el debate público con amplias oportunidades de expresión de los distintos sectores representativos de la sociedad y en

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ella no pueden admitirse voces predominantes, por lo que concluye que su resguardo por parte del Estado es fundamental para el desarrollo democrático (CSJN, 2013).

En síntesis, el texto de la LSCA prioriza la faceta social y colectiva de la libertad de expresión. Suplementaria de la perspectiva individual propia de la *free speech tradition* (Curtis, 2000), establece la imprescindibilidad de la regulación estatal para el efectivo ejercicio de este derecho por parte de todos los ciudadanos y ciudadanas —y no solo de quienes se encuentran en situación ventajosa— a partir de la incorporación de instrumentos internacionales y de los sistemas de protección de derechos humanos. En consecuencia, esta mirada supone necesariamente una intervención del Estado tanto sobre la ampliación de la diversidad y el pluralismo en los medios como sobre las dinámicas del mercado en el que se desarrollan. A estos aspectos de la norma se refieren los puntos siguientes.

Valores del 'bienestar sociocultural'

Se ha mencionado que el texto de la LSCA reconoce el impacto que el fenómeno de la concentración en la propiedad de los medios puede provocar en la diversidad y pluralismo, entendidos como elementos fundamentales para la libertad de expresión. En este sentido, se plantea la necesidad de alcanzar un equilibrio entre la eficiencia de los mercados de radiodifusión y la pluralidad de la información. Ello implica reconocer que las reglas generales de limitación de la concentración que se aplican a otras industrias —basadas en competencia y la eficiencia económicas— resultan insuficientes para el sector de los medios de comunicación, por el rol clave que estos desempeñan en la sociedad. Por ese motivo, requieren medidas específicas.

La diversidad y el pluralismo constituyen para la LSCA valores centrales que coloca por encima de los criterios económicos. En este sentido pueden comprenderse las distintas medidas previstas por la norma para estimular la autonomía y la independencia de los medios — pluralismo externo— y la diversidad de los contenidos ofrecidos —pluralismo interno— (Labate, Lozano, Marino, Mastrini, & Becerra, 2013).

A continuación se puntualizan los aspectos más importantes que el texto de la norma contempla a fin de proteger y promover estos valores del 'bienestar sociocultural'. Cabe aclarar al respecto que, más allá de las cuotas de producción y la emisión de publicidad, la norma no regula contenidos. Sí se establecen, en cambio, estándares básicos de accesibilidad para personas con discapacidades sensoriales, adultos mayores y otras personas con dificultades para acceder a ellos (artículo 66°) y se contempla —con algunas excepciones— que la programación emitida a través de servicios audiovisuales esté expresada en los idiomas de Pueblos Originarios (artículo 9°).

a. *Entrada de "nuevos" actores*. Una de las cuestiones más novedosas de la Ley, incluso a nivel internacional (Marino *et al.*, 2012) es la reserva, en su artículo 89°, del 33%

de todo el espectro para prestadores del sector privado sin fines de lucro. Se reconocen, así, tres tipos de prestadores: de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro. Dentro de los estatales, otra novedad es que se reconoce la importancia de la radiodifusión universitaria.

Aunque debe ser considerado en conjunto con otros que van en el mismo sentido, este aspecto instala un coto a la concentración de la propiedad ostentada por los grupos comerciales, limitando la posibilidad de que abarquen todo el espectro. Se apoya, así, en la concepción de que nuevos emisores con distintas lógicas de producción y acción en el escenario mediático, aportan diversidad a los contenidos ofrecidos.

En su artículo 4°, la norma define a las emisoras comunitarias como

> …actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación (Congreso de la Nación Argentina, 2009).

Se aclara que estos medios son no gubernamentales y su cobertura geográfica no será restringida. Una de las críticas que se le ha formulado a esta denominación desde un sector de los medios denominados “populares, alternativos y comunitarios” es que la categoría “sin fines de lucro” resulta demasiado amplia y contiene, también, a los medios gestionados por fundaciones empresariales con alta capacidad financiera. En consecuencia, consideran que se los deja en una desventajosa situación para la adjudicación de licencias (Vinelli, 2012).

b. *Formación de redes*. En sus artículos 62°, 63° y 64°, la LSCA regula el establecimiento de redes de radio y televisión. Se permite su formación —aunque para emisoras de una misma área de servicios, solo cuando se trate de pequeñas localidades— previa autorización de la AFSCA. Sin embargo, establece que la emisora adherida a una o más redes no puede cubrir con programación de la red más del 30% de sus emisiones diarias. Además, debe mantener el 100% de los derechos de contratación sobre la publicidad emitida y mantener la emisión de un servicio local propio de noticias en horario central. Se establecen algunas excepciones para la transmisión de acontecimientos considerados de interés relevante y para los servicios de titularidad del Estado nacional, los estados provinciales, las universidades nacionales, los institutos universitarios nacionales y las emisoras de los Pueblos Originarios, a los cuales no se les impone el tope del 30% de emisiones diarias de red. De ese modo, se fomenta la producción y el empleo locales.

c. *Cuotas de producción local*. Mediante las disposiciones contenidas en el artículo 65°, tanto en términos de cuotas de producción como de establecimiento de deberes de transmisión, se busca asegurar el acceso de diferentes tipos de medios de comunicación —comerciales, de servicio público estatales y privados sin fines de lucro— a las diversas

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

plataformas de transmisión disponibles.

En primer lugar, se fijan altas cuotas de producción nacional. Para las radios privadas, establece un 70% diario de programación nacional y un 30% de música nacional, de la cual la mitad debe ser de producción independiente. Con el permiso de la AFSCA, pueden quedar exceptuadas de esta obligación las emisoras temáticas o dedicadas a colectividades extranjeras. Por otra parte, deben incluir un 50% de información propia, incluyendo noticieros.

En cuanto a la televisión abierta, la norma exige un mínimo del 60% de producción nacional y del 30% de producción propia, incluyendo informativos locales. Además, se añade la obligación de emitir un mínimo del 30% de producción local independiente cuando se trate de estaciones localizadas en ciudades con más de un millón y medio de habitantes. En el resto, los porcentajes mínimos descienden al 15% —en poblaciones de más de 600 mil habitantes— y al 10% —en otras localizaciones—.

Con respecto a la televisión por suscripción, se obliga a los licenciatarios incluir las emisiones y señales de RTA SE y de los estados nacional, provinciales y municipales, así como de la CABA y de las universidades nacionales —para el caso de servicios no satelitales, las que se encuentren en el área de cobertura—. De igual modo, deben incluir un mínimo de señales originadas en países del MERCOSUR y en países latinoamericanos con quienes la Argentina haya celebrado acuerdos. Además, deben incluir una señal de producción propia, local o nacional según corresponda. Para el caso de los servicios de televisión por suscripción no satelital, deben sumar también las emisiones de televisión abierta cuya área de cobertura coincida con su área de prestación de servicio.

Po último, el artículo 67° establece cuotas de exhibición de películas nacionales que, en algunos casos, puede cumplirse con la adquisición de derechos de antena. Así, se vincula el sistema de radiodifusión con otras industrias culturales, transfiriendo recursos de los licenciatarios a la industria del cine.

d. *Reserva de frecuencias*. Como se mencionó, la LSCA determina en su artículo 89° la reserva de frecuencias del espectro radioeléctrico, buscando asegurar la diversidad de prestadores y restringir la concentración de la propiedad. Establece que, en ocasión de la elaboración del Plan Técnico de Frecuencias, la AFSCA deberá reservar espectro para el cumplimiento de los objetivos de RTA SE y sus repetidoras. Además, se reserva para cada provincia y para la CABA una frecuencia para radio AM, una FM y un canal de televisión abierta más sus repetidoras. A cada municipio se le otorga una frecuencia para FM y a cada universidad nacional, una frecuencia para televisión abierta y otra para emisoras de radiodifusión sonora. A los Pueblos Originarios se les reserva una frecuencia de AM, una de FM y una de televisión en las localidades donde estén asentados. Por último, el 33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres y en todas las áreas de cobertura, se reserva para personas de existencia ideal sin fines de lucro.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

e. *Transparencia*. Las disposiciones relativas a la transparencia deben ser tomadas en cuenta por su valor para controlar los niveles de concentración. El artículo 56° de la LSCA establece la obligatoriedad de los licenciatarios de contar con un registro de accionistas, mientras que el 57° determina que la AFSCA debe elaborar y mantener actualizado el Registro Público de Licencias y Autorizaciones. Este debe incluir los datos de los licenciatarios, sus socios, integrantes de los órganos de administración y fiscalización, parámetros técnicos, fechas de inicio y vencimiento de licencias y prórrogas, infracciones, sanciones y otros datos centrales para asegurar la transparencia. Además, el mismo debe poder ser consultado por Internet.

Los artículos 58° y 59°, por su parte, establecen la creación de registros para las productoras de programas, las señales de cable extranjeras con derechos de transmisión en el país y las empresas de publicidad. Si bien este punto no remite directamente al problema de la concentración, se lo considera aquí un aspecto importante, puesto que la transparencia de esta clase de información, que permite conocer "quién es quién en la estructura de propiedad de medios" (Labate *et al.*, 2013, p. 162), es un requisito fundamental de control público para evitar la infracción a las normas de la ley que regulan la concentración de la propiedad en pos de construir un sistema de medios más diverso y plural.

f. *Servicio estatal de radio y televisión*. Mediante el artículo 119°, la LSCA crea RTA SE, organismo que reúne a todos los servicios de radiodifusión sonora y televisiva que estuvieran bajo la órbita del Estado nacional[91]. Entre sus objetivos, despegados en el artículo 121°, están el de respetar y promover el pluralismo político, religioso, social, cultural, lingüístico y étnico; contribuir con la educación ciudadana a través de programas destinados a distintos sectores sociales; promover el desarrollo de la identidad nacional respetando el carácter pluricultural de todas las regiones del país; destinar espacios dirigidos al público infantil y a otros sectores no considerados por el sector comercial; promover la producción de contenidos audiovisuales y fomentar su difusión, así como propiciar la formación cultural de los habitantes de la nación para la integración regional latinoamericana. Además, debe garantizar la cobertura de los servicios de comunicación audiovisual en todo el territorio nacional[92].

Los distintos aspectos mencionados no pretenden abarcar por completo las medidas de protección y fomento del pluralismo y la diversidad, pero sí procuran dan cuenta de que la acción del Estado es imprescindible en este sentido. De hecho, el informe de indicadores de desarrollo mediático emitido por la UNESCO en 2008, concluye que un indicador clave de pluralismo y diversidad es el hecho de que las autoridades responsables de ejecutar las leyes cuenten con atribuciones suficientes para cumplir su papel: "…deben tener el poder de hacer desinvertir en las operaciones mediáticas cuando se amenace la pluralidad o se alcancen niveles inaceptables de concentración, e imponer

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

sanciones cuando sean requeridas. Debe haber evidencia de que estas atribuciones se ejercen de manera apropiada" (PIDC-UNESCO, 2008, p. 23).

En este punto, se considera apropiado retomar la clasificación de la noción de diversidad propuesta por Van der Wurff y Van Cuilenburg (2001) en dos grandes tipos: reflectiva y abierta[93], pues se considera aquí que el texto de la LSCA deja sentada una clara posición respecto de cuál de estos tipos debe perseguir la política pública.

El grado de diversidad reflectiva se mide en función de su adecuación a las preferencias de las audiencias y está, por ello, sujeta a los criterios de mercado. La regulación del Estado en el área se vuelve, entonces, poco necesaria: se limita a no interferir en las dinámicas propias de la industria. Por otra parte, se trata de un tipo de diversidad que resulta excluyente si se la considera como un único valor a perseguir, puesto que todo aquel contenido o canal de expresión que no alcance masividad estaría destinado a desaparecer.

En cambio, la diversidad abierta requiere necesariamente disposiciones que procuren la mayor igualdad posible en el acceso al sistema de medios por parte de los distintos actores y opiniones presentes en la sociedad. Los puntos previstos por la Ley y desarrollados en este apartado apuntan a promover la diversidad abierta ampliando la variedad de actores elegibles para acceder a licencias, estableciendo cuotas de producción local y reservando frecuencias para sectores con menor poder económico y capacidad operativa, independientemente de la demanda que encuentren en la instancia de recepción[94]. En este sentido, se identifica en la concentración de la propiedad de los medios una amenaza para la diversidad, tal como sostiene la tradición de la escuela crítica.

El problema de la concentración para el 'bienestar económico' se abordará en el próximo apartado. Si bien las medidas destinadas a limitarla tienen como fin último promover los valores del desarrollo sociocultural, su dimensión económica es igualmente relevante en tanto impacta directamente en los niveles de competencia que el mercado promueve.

Valores del 'bienestar económico'

Como se ha dicho, puede afirmarse que la LSCA prioriza los valores propios del bienestar político y sociocultural por sobre la lógica económica del mercado de medios de comunicación. Sin embargo, también se advierte sobre los efectos económicos negativos que la excesiva concentración de la propiedad puede ocasionar sobre la competencia y, consecuentemente, en el sostenimiento de los medios más pequeños.

No se retomarán aquí todos los valores propios de este tipo de bienestar a los que hacen referencia Van Cuilenburg & McQuail (2003). En cambio, se hará aquí hincapié en

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

aquellos aspectos que, incluidos dentro de la búsqueda del ‘bienestar económico’, están en directa relación con el bienestar político y sociocultural al que son subordinados en el texto de la LSCA En este punto, la norma establece en varios de sus artículos reglas orientadas a limitar la concentración de la propiedad, a regular la competencia y a fomentar la sustentabilidad de titulares de licencias sin fines de lucro o de menor rentabilidad vía exenciones o reducciones temporarias de gravámenes.

Las limitaciones específicas que la norma establece a la multiplicidad de licencias audiovisuales merecen varias consideraciones[95]:

Los artículos 45° y 48° de la norma se refieren específicamente a la cuestión de los límites en la propiedad de licencias. Los principios de “diversidad, pluralidad y respeto por lo local”, fundamentan el establecimiento de un doble mecanismo de control: la cantidad de licencias y las características de las mismas, por un lado; y la inserción en el mercado total, por otro. Con respecto al primero, en el orden nacional se limita a 10 la cantidad de licencias de radiodifusión —radio y televisión con uso del espectro radioeléctrico— más una señal de contenidos, que puede disponer una misma empresa o persona[96] y a 24 la cantidad del licencias de televisión por cable en diferentes localizaciones —la autoridad de aplicación es quien debe determinar el alcance territorial y de población de las licencias—.

Además, se prohíben ciertas concentraciones cruzadas que podrían desembocar en posiciones dominantes en el mercado: los prestadores de comunicación audiovisual por soporte satelital no pueden ser titulares de ningún otro tipo de licencia y los prestadores de servicios de televisión por suscripción solo pueden tener una señal de contenidos de generación propia. Se limita también la propiedad cruzada de medios audiovisuales en cualquier soporte dentro de la misma área de cobertura —aunque no la de medios impresos, los cuales, debe recordarse, no son regulados por la norma—. En cuanto al segundo mecanismo, la LSCA determina que ningún licenciatario puede disponer de más del 35% del mercado potencial del servicio que presta y, para el caso del cable o los servicios de televisión satelital, el límite es sobre el 35% de los abonados.

A nivel local, el artículo 45° establece un tope máximo de tres licencias, aunque con límites a la propiedad cruzada: es posible contar con una licencia de televisión abierta, una licencia de radio AM y otra de FM —o dos FM, cuando existan más de ocho licencias en el área primeria de servicio— pero no para televisión por suscripción. De modo inverso, los titulares de licencias de televisión por suscripción, pueden tener una AM y una FM, pero no pueden ofrecer televisión abierta.

Estas disposiciones recogen, entre otros textos, el planteo de Steve Buckley, Kreszentia Duer, Toby Mendel, Seán ’O Siochrú *et al.* (2008), que es citado en los comentarios del artículo 45° de la Ley. Allí se argumenta que las normas básicas generales sobre la concentración de la propiedad, orientadas a regular la competencia y a optimizar la relación entre costo y calidad de servicio, resultan deficientes para el sector de la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

radiodifusión porque no son capaces de producir más que mínimos niveles de diversidad. En consecuencia, postulan la necesidad de evitar la excesiva concentración en virtud del rol clave que el sector desempeña en la sociedad. Recuperan, además, la experiencia de otros países que han implementado reglas similares a las de la LSCA para restringirla respetando la viabilidad y la economía de escala.

Asimismo, en el Informe anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión CIDH de 2004 —también citado en los comentarios del artículo 45°—, advierte sobre el perjuicio que el fenómeno de la concentración en la propiedad de los medios puede ocasionar para la garantía de pluralismo como uno de los elementos centrales de la libertad de expresión. En ese marco, el organismo dependiente de la OEA recomienda a los estados miembro la implementación de medidas que impidan las prácticas monopólicas y oligopólicas en la propiedad de los medios de comunicación social (Relatoría Especial para la Libertad de Expresión CIDH, 2004).

El artículo 48° de la norma determina, por un lado, que para evitar prácticas de concentración indebida, antes de adjudicar licencias o autorizaciones para la cesión de acciones o cuotas partes, se debe verificar que los licenciatarios no tengan vínculos que exhiban procesos de integración vertical u horizontal. Por otra parte, establece que la multiplicidad de licencias no podrá alegarse como derecho adquirido.

Por último, en sus artículos 24° y 25°, el texto de la Ley establece las condiciones de admisibilidad para los titulares de licencias del sector privado y fija límites precisos a la concentración de la propiedad. En el caso de las personas físicas, determina que para ser titulares de licencias no pueden ser directores, administradores ni accionistas de más del 10% de las acciones de un operador de servicio público nacional, provincial o municipal. En cuanto a las personas de existencia ideal, se prohíbe cualquier tipo de vinculación con empresas de servicios de comunicación audiovisual extranjeras. Los directivos y consejeros de las organizaciones sin fines de lucro no pueden tener relación alguna con empresas de servicios de comunicación audiovisual y de telecomunicaciones, nacionales o extranjeras del sector privado comercial y están obligadas a acreditar el origen de los fondos. Tampoco pueden desempeñarse como titulares o accionistas del 10% o más de las acciones de prestadores de servicios públicos.

Respecto del problema de la competencia, en el inciso 13 del artículo 12° se le asigna a la autoridad de aplicación de la norma la facultad de denunciar ante la CNDC cualquier conducta prohibida por la Ley 25.156 de Defensa de la Competencia. De este modo, mediante la derivación de casos específicos, como pueden ser de fusiones y/o adquisiciones empresarias, se prevé la regulación del comportamiento de aquellas compañías dominantes que puedan cometer abusos que vayan en detrimento de las dinámicas del mercado audiovisual.

Los artículos comprendidos dentro del “Título V. Gravámenes” —entre el 94° y el 100°—, por su parte, establecen el régimen de contribuciones y el destino de los fondos

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

recaudados en ese concepto. También dispone las reglas de exenciones impositivas y reducciones temporarias en los montos tributados.

El sistema de cobro de gravámenes y sus categorías se establecen en relación con los montos brutos de facturación y la densidad poblacional del área de prestación. Luego, los fondos obtenidos se distribuyen dentro del propio de sistema de medios audiovisuales, según el siguiente criterio: El 25% se asigna al INCAA, cuyo monto total no podrá ser inferior al 40% del total de lo recaudado como gravámenes provenientes de la televisión abierta, los servicios satelitales por suscripción y los servicios no satelitales por suscripción; el 10% al Instituto Nacional del Teatro, el 20% a RTA SE; el 28% a la AFSCA, incluyendo los fondos para el funcionamiento del CoFeCA; el 5% para el funcionamiento de la Defensoría del Público de SCA; el 10% para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización y el 2% al Instituto Nacional de Música.

Los artículos 98°, 99° y 100° disponen una serie de circunstancias y condiciones para la exención o reducción temporaria de los gravámenes instituidos por la Ley. En este sentido, se valoran especialmente la producción de obras de ficción fuera del AMBA, los servicios situados en áreas y zonas de frontera, zonas declaradas de desastre provincial o municipal que vean comprometida la continuidad del servicio, prestadores de localidades de menos de tres mil habitantes, emisoras del Estado nacional, de los estados provinciales, de los municipios, de las universidades nacionales, de los institutos universitarios, de los Pueblos Originarios y servicios de radiodifusión sonora por modulación de frecuencia pertenecientes al sistema educativo.

Las disposiciones reseñadas no pretenden abarcar en su totalidad los instrumentos que la LSCA establece con el objetivo de promover el funcionamiento de un sistema de medios audiovisuales plural y diverso, así como económicamente sustentable. El propósito es el de ilustrar cuáles son los ejes centrales que el texto de la norma traza en esa dirección. Algunos de estos quedan sintetizados en el artículo 153°, adonde se faculta al PEN a diseñar e implementar políticas públicas orientadas a fomentar el desarrollo “de conglomerados de producción de contenidos audiovisuales nacionales para todos los formatos y soportes, facilitando el diálogo, la cooperación y la organización empresarial entre los actores económicos y las instituciones públicas, privadas y académicas, en beneficio de la competitividad” (Congreso de la Nación Argentina, 2009).

En ese marco, se insta a implementar acciones de capacitación —tanto para la creación de valor como para promover la diversidad y el pluralismo— a los sectores involucrados, de promoción de la actividad con una orientación federal, de incorporación de nuevos prestadores al sector, el acceso a la información, a la tecnología y a los ámbitos institucionales y de desarrollo sustentable. Esto último incluye la identificación de negocios y mercados para la inserción de la producción audiovisual en el exterior.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

En definitiva, las medidas limitativas de la concentración previstas por la LSCA se sustentan fundamentalmente en valores políticos —como la libertad de expresión — y socioculturales —como la diversidad y el pluralismo—, pero también en criterios económicos. Desde el punto de vista de los valores protegidos por la norma, el fomento de economías de escala y el consecuente establecimiento de posiciones dominantes afectan la libre competencia necesaria para el funcionamiento del sistema por imponer altas barreras de entrada para nuevos jugadores al mercado.

2.5. Conclusiones del capítulo

El debate y la aprobación de una nueva Ley para los medios audiovisuales surgida del seno del sistema democrático argentino fue producto de un proceso complejo en el cual confluyeron múltiples factores y del cual participaron diversos actores políticos, económicos y de la sociedad civil. En efecto, la discusión acerca de las formas de intervención estatal y la organización económica del sistema de medios trascendió la reducida esfera de los órganos especializados del Estado y de los empresarios del sector para alcanzar el estatus de problema público.

El fenómeno no fue exclusivo de la Argentina. Varios países de América del Sur comenzaron a discutir públicamente sus políticas de comunicación durante la primera década del siglo XXI, llegando a producir modificaciones de diverso tipo en el ámbito legislativo. Tales fueron los casos de Venezuela, Ecuador, Bolivia y Uruguay.

El mapa de medios que la nueva Ley argentina venía a regular ofrecía un panorama de fuerte concentración de la propiedad en pocos pero grandes grupos empresarios, la centralización de la producción en la zona metropolitana de Buenos Aires, una marcada orientación hacia la lógica comercial de funcionamiento y un sistema de medios públicos de carácter fuertemente gubernamental. Desde la perspectiva del ‘interés público’ en su concepción europea, podría afirmarse que las políticas de comunicación habían priorizado históricamente los valores propios del mercado por sobre el ejercicio efectivo de la libertad de expresión y el desarrollo cultural. Este escenario llegó a su punto álgido durante la década de los 90 y, salvo excepciones, se prolongó durante la primera década del siglo XXI.

Sobre esa base, en este capítulo se han analizado con profundidad distintas fuentes primarias y secundarias con la pretensión de describir las características centrales del proceso político que culminó en la sanción de la LSCA, entendida como una medida de política de comunicación que le imprimió un renovado enfoque a la regulación del sistema de medios audiovisuales, en tanto propuso una nueva comprensión del ‘interés público’ y, coherente con ello, una nueva relación entre los elementos que lo componen. Esta concepción se define por subordinar la prosecución de los valores propios del ‘bienestar económico’ a los del ‘bienestar político’ y del ‘bienestar sociocultural’. En otras palabras, la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

faz colectiva de la libertad de expresión, la diversidad abierta y el pluralismo informativo cobraron importancia por sobre los criterios económicos de organización del mapa mediático. De todos modos, el texto deja expresada la necesidad de forjar un sistema competitivo en términos comerciales. Así se desprende de los aspectos del articulado de la Ley que se han revisado aquí. Estos son considerados los más relevantes en función de la matriz de análisis que se construirá para el análisis de los textos noticiosos en el **Capítulo 4**.

Los medios de comunicación, en tanto instituciones políticas con intereses económicos, fueron actores de peso a lo largo del proceso de debate social del proyecto de ley de SCA, así como durante su tratamiento en el Congreso de la Nación. La cobertura periodística que hicieron, las ideas e informaciones que difundieron y los modos de presentarlas, revisten especial interés por involucrar directamente al sector en el que los propios medios se desempeñan. En este marco, resulta relevante indagar específicamente en las coberturas realizadas por la prensa especializada en economía y finanzas, cuyo principal objeto, el mercado, fue una dimensión que la norma procuró subordinar a los valores propios del bienestar político y sociocultural.

Sobre las particularidades de este tipo de prensa se profundizará en el capítulo siguiente. Luego, en la cuarta sección, se analizarán los contenidos de la cobertura que *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* hicieron del proceso de debate y sanción de la LSCA.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

3. Los diarios

> Las metáforas se reparten así entre un polo positivo, que refleja una imagen idealizada del periódico, y un polo negativo, que da una imagen alarmante, casi siniestra. La confrontación de este esquema con la realidad de nuestros medios existentes y conocidos sugiere que ninguno de los dos polos resulta suficiente para caracterizar la identidad o naturaleza de un periódico: más bien contienen ambos, al igual que las metáforas no incluidas en ellos, un elenco de *roles posibles*, que cada periódico puede desempeñar de manera simultánea o alternativa.
>
> Héctor Borrat[97].

Introducción

El capítulo anterior procuró analizar la LSCA, el contexto político de su creación y los rasgos más relevantes del debate conceptual de la iniciativa desde el punto de vista de las políticas de comunicación. No se pretendió abarcar el proceso por completo, sino recuperar algunos elementos centrales para el análisis del objeto de estudio de esta investigación: el tratamiento mediático que la prensa especializada en economía y finanzas hizo del debate y sanción de la LSCA entre marzo y octubre de 2009. El objetivo del presente capítulo consiste, entonces, en caracterizar el sector en el que se insertan *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, sus características históricas y organizacionales y los aspectos centrales de la producción noticiosa en este tipo de medios.

El quehacer del periodismo se interpreta aquí como un proceso de elaboración del sentido público (Hartley, 1996). Mediante una serie de operaciones que involucran la búsqueda, interpretación, jerarquización y publicación de la información, los periodistas construyen los acontecimientos noticiosos que plasman en sus coberturas y que dialogan de distintos modos con los esquemas perceptivos de los públicos receptores de las noticias. En definitiva, ejercer el periodismo es elaborar interpretaciones del mundo (Brüggemann, 2014; Gomis, 1991).

El *Framing* —tal como es entendido aquí— se constituye en una poderosa caja de herramientas teórico metodológicas para analizar la comunicación masiva de manera integral (Reese, 2007), atendiendo a los modos en que los mensajes de los medios vuelven comprensible una realidad compleja e inabarcable.

Si bien esta Tesis centra su mayor atención en los textos noticiosos que integran las coberturas de los diarios económicos argentinos y rastrea allí el tipo de tratamiento que recibe el debate del proyecto de ley de SCA, no se desconoce que los sentidos proyectados por esos textos emergen como producto de un proceso complejo de creación y recreación del cual participan diversos factores que inciden de distintas formas.

El concepto de *framing* parte de la concepción de que actores estratégicos, periodistas y audiencias no reflejan o transportan realidades políticas y sociales. La perspectiva del *Framing* es incompatible con la idea de reflejo, en tanto supone una negación del objetivismo informativo. En efecto, los encuadres que subyacen en el

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

discurso periodístico no pueden ser pensados de ninguna manera como un reflejo fiel de los hechos, sino como una representación simbólica de estos, llevada a cabo mediante de una serie de operaciones para su interpretación. Tal es el caso de los géneros, las rutinas profesionales, las características del periodista o las organizacionales del medio, entre otras (Sadaba, 2006). Por otra parte, y tal como sostiene Martini (2002), la propia idea de reflejo "lleva implícita una concepción lineal e instrumental de la comunicación y una caracterización de los públicos, es decir de los individuos comunes, como pasivos e incapaces de construir (…) sus propios significados acerca de lo que los medios ponen a su conocimiento" (p. 3).

Los temas, las cuestiones políticas y los acontecimientos son objeto de diferentes patrones de selección e interpretación que los definen y, por ende, los co-construyen. Estas interpretaciones son a la vez negociadas, impugnadas y redefinidas a lo largo del tiempo (Matthes, 2010, 2012) y pueden plasmarse en los mensajes como disputas por el sentido o como sentidos relativamente estabilizados, según el caso. En definitiva, los encuadres son patrones de interpretación arraigados en la cultura y articulados por los sujetos, quienes los reeditan y recrean (Brüggemann, 2014; Entman, 1993; Reese, 2007; Van Gorp, 2007).

La indagación en el proceso de producción de los encuadres mediáticos se ha denominado *frame building* (Scheufele, 1999). Esta línea de trabajo discute con aquellos estudios que analizan únicamente los valores noticiosos y el *gatekeeping*, pues estos últimos ven al periodismo como mero selector de eventos de acuerdo con criterios de noticiabilidad (Wolf, 1987). En cambio, desde el *Framing*, los periodistas son comprendidos como parte de un proceso más amplio de definición de temas y encuadres en los debates públicos y en cuyo análisis deben incorporarse sus criterios profesionales y sus valores individuales. No es que, desde este punto de vista, la noción del *gatekeeper* deba ser descartada sin más, pero debe ser complejizada e incorporada a un análisis más abarcativo.

En efecto, el *Framing* propone una mirada amplia sobre las prácticas periodísticas. Desde esta perspectiva, los textos son un producto social y organizacional que involucra el proceso de recolección de la información, selección y edición de la misma (Hernández Ramirez, 1997). Esta mirada tiende puentes de intercambio conceptual con la propuesta analítica del *Newsmaking*, aunque sus preocupaciones no sean idénticas. Mientras este último centra su atención en el proceso productivo de las noticias, el *Framing* focaliza en el *frame building* (construcción de encuadres); es decir, en los *frames* que de allí emergen y en su circulación mediática y social.

El *frame building* constituye un área de investigación relativamente poco explorada (Brüggemann, 2014; Carragee & Roefs, 2004; Scheufele, 2006). Varios investigadores han examinado los tipos de factores que impactan en los contenidos noticiosos (Gans, 2004; Gitlin, 2003; Shoemaker & Reese, 1996). Aunque estos estudios no se introducen directamente en el proceso específico de elaboración de los *frames*, desde el *Newsmaking*

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

contribuyen con la investigación de las distintas dimensiones de la producción de los mensajes y en los vínculos que es posible establecer entre estas y los textos (Borah, 2011).

No es propósito de esta Tesis analizar el proceso de creación de los encuadres que prevalecen en las coberturas. Ello no sería posible, pues el paso del tiempo[98] impide que la recolección de datos de la instancia de producción de la cobertura analizada se lleve a cabo de modo contemporáneo al desarrollo de la misma. Sin embargo, ello no implica descartar por completo la indagación en ese sentido; por el contrario, los diarios cuyas coberturas interesan aquí constituyen las unidades de contexto[99] de la investigación. Su comprensión en sentido amplio requiere imprescindiblemente una caracterización del sector en el que se insertan y de sus rasgos históricos y organizacionales más salientes, pues ello aporta datos de suma relevancia para un análisis completo del objeto de estudio.

En efecto, se sostiene aquí que la pretensión de indagar en los contenidos mediáticos acerca de la LSCA, en sus rasgos consonantes y divergentes, debe llevarse a cabo de manera "contextuada" (Arrueta, 2010). Es decir, comprendiendo que los textos noticiosos no pueden ser leídos, aprehendidos ni estudiados por fuera de las condiciones en que son producidos (Aruguete, 2012a). Parte de este contexto —concretamente, el que refiere a las características del caso analizado—, ha sido abordado en el **Capítulo 2**.

Este capítulo se propone recorrer aspectos de carácter macro, meso y micro (Brüggemann, 2014) de los periódicos analizados en un doble sentido: primero, la descripción de estos tres niveles contribuirá en el diseño del instrumento metodológico que se utilizará en la instancia de recolección de los datos, pues serán contemplados necesariamente en la elaboración de las variables y categorías para el análisis de contenido de las coberturas. En segundo lugar, habilitarán una interpretación más profunda en la instancia de procesamiento y análisis de los datos recogidos. Así, el tratamiento que los diarios especializados en economía y finanzas hicieron de la LSCA es abordado como un objeto complejo en el que se plasman aspectos de variada índole.

La caracterización de tipo macro apunta a conocer las particularidades de la prensa gráfica como rama de las industrias culturales en Argentina y a su comprensión general como actores políticos (Aruguete, 2013; Borrat, 1989; Eilders, 1997, 2000; Kircher, 2005; Page, 1996). En segundo término, la descripción de tipo meso busca profundizar en los principales rasgos de la historia y la actualidad de este tipo de prensa y, particularmente, en los de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*. Ello permitirá conocer algunas de sus cualidades como instituciones informativas y ponerlas en relación con la cobertura de la LSCA. En tercer lugar, la mirada micro pone el foco en la labor y el vínculo entre periodistas y editores, así como en la relación entre los periodistas y sus fuentes de información.

Para la descripción de las distintas dimensiones de los diarios que se abordarán a

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

continuación se acudió a diversas fuentes y combinó el análisis bibliográfico y documental con la realización de entrevistas cualitativas semi-estructuradas (Edwards & Holland, 2013) a periodistas, editores y directivos de ambos periódicos. El listado completo de entrevistados se incluye en el **Anexo IV**. Como se ha señalado en la Introducción de la Tesis, se ha optado por preservar la identidad de las fuentes, por lo que estas son identificadas con seudónimos. Ello responde a dos razones: en el caso de quienes aun se desempeñan en las empresas periodísticas analizadas aquí, se buscar preservar su fuente de trabajo; en el caso de quienes ya no trabajan en estos diarios pero continúan desempeñándose en el campo periodístico, se pretende cuidar sus redes de vínculos laborales. Sí se menciona, en cambio, el diario en el que cada uno se desempeñaba durante 2009 y el cargo que desempeñaban.

El material teórico y las investigaciones empíricas acerca de la prensa gráfica fueron recursos centrales para el abordaje de tipo macro y meso, mientras que las entrevistas proveyeron evidencia empírica fundamental para los niveles meso y micro. Adicionalmente, se recurrió a fuentes secundarias —entre ellas, las ediciones que los matutinos publicaron con anterioridad y posterioridad al período analizado aquí—, las cuales permitieron el acceso a variados testimonios de otros actores que no fueron entrevistados.

La prensa gráfica diaria en la Argentina

La prensa gráfica constituye una de las principales ramas de las industrias culturales, que Zallo (1988) caracteriza como de “edición continua” (p. 115). En tanto se trata de una mercancía, el producto periodístico[100] posee algunas particularidades: tiene una muy alta rotación del ciclo productivo, por lo cual conlleva una planificación y una división de tareas muy precisa a fin de cumplir con los tiempos estipulados. Es un producto perecedero —pierde valor en unas pocas horas— cuyo sentido está vinculado a un espacio geográfico determinado. Por eso, requiere una difusión en continuado y regularidad en la producción. Además, es una “mercancía doble”, pues participa de dos mercados: el de la información y el de los avisos publicitarios. Este último es previo a la salida del periódico a la calle y el primero es posterior a su producción. Sobre la dimensión informativa, debe tenerse en cuenta que el lector solo consume aproximadamente un 10% de las variadas y múltiples temáticas que se incluyen en un diario. Por eso, las páginas más leídas —que también incluyen la publicidad más cara— sostienen al resto de la información (Zallo, 1988).

Durante las últimas décadas, la industria de la prensa diaria de formato impreso ha venido contrayéndose en la mayor parte del mundo. Una de las razones que explican la caída en los índices de consumo puede situarse en el impacto ocasionado por el proceso de digitalización impulsado por Internet y la multiplicación de soportes con los cuales los diarios deben competir (Communic@tions Management Inc., 2011; Retegui, 2013).

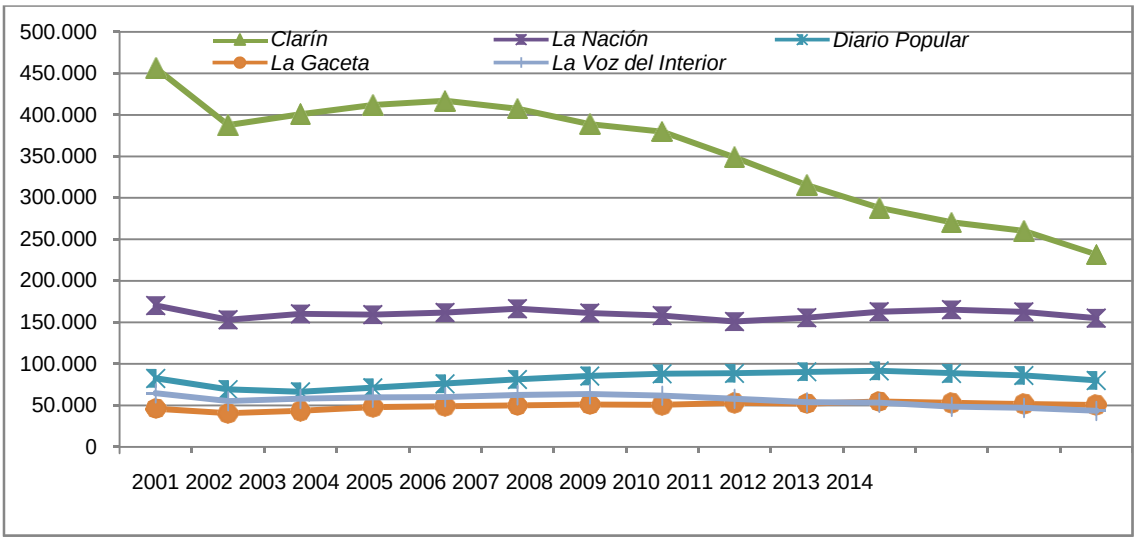
Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Según Albornoz (2006, p. 36), a principios del siglo XXI este sector de las industrias culturales ya se encontraba en una situación de "crisis económica". Respaldado en los informes de UNESCO, el autor sintetiza en seis los factores que integran dicho panorama: el retroceso general de la difusión, la pérdida de parte del mercado publicitario frente a los medios audiovisuales, el descenso en el número de lectores jóvenes, la disminución de la influencia social de la prensa frente a otros medios, el aumento de los costes de distribución y producción y el alza vertiginosa en los precios del papel.

Esta situación ha conducido a las empresas de la rama a elaborar una estrategia de diversificación de sus contenidos y servicios[101]. Así, optaron por ofrecer nuevos productos para un público segmentado, incorporar servicios e incursionar en operaciones de promoción institucional, como el *sponsorship* deportivo y el mecenazgo cultural. En este marco, debe considerarse el desarrollo de procesos de fuerte concentración de la propiedad que llevaron a la conformación de grandes conglomerados de medios que controlan grupos de diarios (Luis Albornoz, 2006).

La Argentina no fue ni es ajena a estas tendencias. Aquí también el periódico ha ido perdiendo progresivamente su exclusividad y centralidad como fuente de información a manos de las señales de noticias por cable, los periódicos digitales y, más recientemente, las redes sociales (Boczkowski, Mitchelstein, & Matassi, 2016a, 2016b; Mitchell, Kiley, Gottfried, & Guskin, 2013). En términos generales, las ventas han venido descendiendo de modo constante durante los últimos años. Los datos publicados por el IVC[102] arrojan que, entre 1995 y 2010, el promedio de ventas del diario líder del país, *Clarín*, cayó un 50%, mientras que solo entre 2008 y 2010, la merma alcanzó el 19% (Laboratorio de Industrias Culturales, 2010). El **Gráfico 3.1** sintetiza este fenómeno.

Gráfico 3.1. Circulación neta diaria en unidades —de lunes a domingo— de los diarios de mayor tiraje en Argentina 2001-2014.



Fuente: IVC[103].

La caída en la circulación ha afectado el tradicional modelo de doble mercado (Luis Albornoz, 2006) que financia a la prensa diaria, lo cual ha obligado a estas empresas a preocuparse por redefinir su modelo de negocios. Durante 2009 y 2010, por ejemplo, tanto *Clarín* como *La Nación* lograron reducir los costos a partir de la unificación de sus redacciones analógica y digital, aunque los ingresos generados por publicidad en las versiones digitales no lograron compensar la caída de las impresas (Becerra, Marino & Mastrini, 2012). Así es que sus directivos optaron por implementar otro tipo de estrategias, como la incorporación de servicios —comercio electrónico, búsqueda de personal, de inmuebles o de autos— y la fidelización de los públicos, por ejemplo, mediante la creación de "Club La Nación" o "365 Clarín", que ofrecen suscripciones mensuales y descuentos en el consumo de distinto tipo de productos en entidades de todo el país.

Más allá de estas características, es dable señalar que la Argentina posee un rasgo diferencial respecto del resto de los países latinoamericanos, puesto que es el país de la región con mayor acceso de sus habitantes a los bienes y servicios de la información, la cultura y el entretenimiento (Becerra, 2010). El nivel de facturación en la prensa, similar al de la televisión abierta, resulta un indicador de "la importancia de un mercado periodístico tradicionalmente robusto y orientador de debates en el espacio público" (Becerra & Mastrini, 2009, p. 61).

Este punto refuerza el interés de la presente Tesis por estudiar la prensa gráfica. Los diarios desempeñan un rol sumamente relevante dentro del sistema mediático nacional. Suelen ser los encargados de difundir los hechos novedosos, dado que estructuran aquellas noticias que luego serán recogidas por los demás medios de comunicación. En palabras de Martini & Luchessi, "la noticia pura proviene de las agencias y los diarios" (2004, p. 119). La prensa gráfica es aún utilizada como fuente de información por otros medios, como la radio y la televisión. Incluso en las redes sociales, una buena parte de lo que se habla proviene del conjunto de temas propuestos por los medios tradicionales como la prensa diaria (Aruguete, 2012b). Así, la prensa gráfica conserva para sí la labor de indicarle al resto de la sociedad cuál es el "menú" informativo, especialmente el político, "además de ser el principal canal para llegar a los líderes de opinión y a la vez una de las fuentes a la que estos recurren continuamente y a la que le asignan mayor credibilidad" (Arbilla, 2006, p. 22).

De los aproximadamente 180 periódicos que se editaban en la Argentina durante el período analizado aquí, la totalidad son de propiedad privada y solo algunos, con asiento en la Ciudad de Buenos Aires, cuentan con tirada a nivel nacional. Esta capacidad de cobertura se debe, en ciertos casos, a que se envían ediciones a distintos puntos del país y en otros, a que las ediciones se imprimen en plantas de distintas ciudades (Becerra, Marino & Mastrini, 2012).

En términos generales, dicho grupo de periódicos se caracteriza por una amplia

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

diversidad político-ideológica, factor que, según Becerra & Mastrini (2011), no puede extrapolarse al resto de los medios del país, exceptuando a la radio. Además de *Ámbito Financiero*, *El Cronista Comercial* y *BAE*, especializados en economía y editados de lunes a viernes, la oferta cotidiana durante 2009 incluía a los diarios nacionales generalistas *Clarín*, *La Nación*, *Página/12*, *La Prensa*, *Crítica de la Argentina*, *Buenos Aires Herald* —en idioma inglés—, *Perfil* — bisemanario de sábados y domingos— y *Miradas al Sur* — semanario dominical—; a los populares *Crónica*, *Diario Popular* y al especializado en deportes *Olé*. Por otra parte, se distribuían gratuitamente los matutinos *La Razón* y *El Argentino*[104].

La mencionada variedad ideológica convive, sin embargo, con una fuerte concentración de la propiedad de estos medios y cierta polarización en la postura adoptada respecto de las políticas del Gobierno de Cristina Fernández (Becerra *et al.*, 2012; Becerra, 2012). En sintonía con lo que se ha señalado en el **Capítulo 2**, el conflicto entre el Gobierno nacional y las corporaciones agrarias de 2008 puede situarse como un punto de inflexión en este sentido (Zunino, 2015). A partir de entonces, dicha polarización se manifestó también en la cobertura de otros temas relevantes para la economía y la política nacionales (Aruguete & Koziner, 2014; Koziner, 2015a; Koziner & Zunino, 2013).

Un último aspecto relevante respecto de la prensa gráfica concierne a la cuestión regulatoria. A diferencia de lo que ocurre en los medios audiovisuales o en las telecomunicaciones, históricamente objeto de regulación por parte del Estado, el modelo de funcionamiento de la prensa gráfica ha seguido los principios de la no intervención (Iosifidis, 2011) o no regulación (Garry, 1994, citado en Napoli, 2001). En efecto, el modelo básico para la prensa parte de la premisa de la libertad frente a cualquier tipo de regulación y control estatal que pudiera implicar la concesión de licencias, la censura, los límites a la libertad de publicar o algún castigo posterior (McQuail, 2010).

En la Argentina, no existe entonces ninguna ley que regule la prensa gráfica a excepción de lo expresado por la Constitución Nacional en sus artículos 14° y 32°[105] y los pactos y tratados internacionales suscritos por el estado argentino en materia de libertad de expresión.

El periódico, actor político

Los medios de comunicación en general, y la prensa gráfica en particular, no son entendidos aquí como meros mediadores entre las audiencias y los hechos de una realidad social externa y dada. En palabras de Eilders (2000),

> … restringir el rol de los medios a su función primaria de diseminadores de información no solo constituye una descripción deficiente de los medios sino también implica distorsionar y subestimar el legítimo rol activo que los medios ejercen en el

proceso de formación de opinión pública (p.183, traducción propia).

Ni mediadores, ni transmisores neutrales de hechos objetivos: los medios son co-productores públicamente relevantes de la realidad social y política (Silverstone, 2004), que es cambiante, compleja e inabarcable. Mediante distintas operaciones que involucran la inclusión, exclusión y la jerarquización (Borrat, 1989) de los acontecimientos que transforman en noticias, reducen dicha realidad a una imagen "cómoda y manejable, a la que el público tiene acceso" cotidianamente (Gomis, 1991, p. 186). Así, desempeñan un rol importante no solo en el proceso de formación de la opinión, sino también —y más profundo aún— en el conocimiento que las personas tienen de su entorno, especialmente cuando las conectan con hechos que trascienden su experiencia directa (Fishman, 1983).

Ahora bien, a estos rasgos constitutivos de la labor de los medios masivos debe sumársele su rol de actores políticos (Borrat, 1989) que tienen intereses particulares y legítimos, los cuales se despliegan en un campo atravesado por relaciones de poder. Así, participan activamente en el desarrollo del proceso político y elaboran representaciones del poder y de la sociedad en cuyo espacio operan (Kircher, 2005). En efecto, su triple papel como formadora de opinión, co- constructora del conocimiento y partícipe del campo político habilita a la prensa a cuestionar o bendecir a las élites, a poner en tensión o legitimar ciertas prácticas políticas y a cultivar su propio espacio en la esfera pública[106] (Habermas, 1989).

Según Eilders (1997, 2000), los editoriales de los periódicos son una vía de entrada privilegiada para observar la "contribución genuina de los medios al discurso político" (p. 183), pues allí se expresa públicamente y de modo más claro su actuación política. En sintonía con esta idea, Sidicaro (1993) destaca que el valor analítico de los editoriales, pues se redactan al calor de las coyunturas[107]: "son ideas en movimiento en las que es dable reconocer la inmediata voluntad política de quien se hace responsable de ellas" (p. 80). Para Eilders (2000), en los mensajes noticiosos es posible distinguir la función informativa de la de partícipes del proceso político con objetivos legítimos. En consecuencia, propone tratarlos separadamente y centrar su atención en los editoriales, adonde se observan de modo más puro los encuadres propuestos por el periódico para interpretar la "realidad política".

La autora alemana aborda una de las posibles dimensiones de la acción política de los medios: aquélla que hace hincapié en las acciones deliberadas con la intención de influir en el desarrollo de la política. Coincidiendo con Page (1996), afirma que constituirse en un 'actor político', —aplicado a los medios de comunicación o a cualquier otro actor—, implica llevar a cabo una acción observable que es intencional (aunque, aclara, dicha intención puede ser más funcional que consciente) y suficientemente unificada, de modo tal que tiene sentido hablar de la prensa como un solo actor (Eilders, 1997, 2000).

La pregunta central sería, entonces, en qué medida los medios de comunicación

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

utilizan sus publicaciones de modo intencional y unificado a fin de lograr los objetivos políticos. La cuestión de la unificación alude la consonancia[108] entre diferentes medios. Ello no sucede habitualmente, dado que cada uno de ellos tiende a establecer su propio perfil editorial buscando distinguirse de sus competidores. Sin embargo, el hecho de que logren ejercer la suficiente presión en el sistema político y tengan éxito en la instalación de sus opiniones en la opinión pública obedece, en buena parte, a su capacidad de alcanzar una "opinión colectiva unificada" en el sistema mediático (Eilders, 2000, p. 181).

Pero, tal como sostiene Borrat (1989), en su análisis acerca del periódico de información general, además de la inclusión de ciertos temas y su jerarquización —a los que puede agregarse el tipo de tratamiento que se hace de los mismos—, la actuación política involucra acciones no públicas, como la operación de exclusión o, incluso, las negociaciones políticas. A través de un proceso de toma de decisiones que son a la vez prácticas rutinizadas y operaciones de cálculo estratégico del medio, las instituciones informativas excluyen, incluyen, jerarquizan y encuadran ciertos *issues* en un momento dado.

Los componentes del cálculo estratégico que el periódico considera son tres: los objetivos, los riesgos y los recursos. Dentro de los objetivos, distingue los permanentes y prioritarios de los temporarios. Los objetivos permanentes e invariantes del periódico son "lucrar e influir". Estos se alejan del "interés público"[109] cuya representación se suele arrogar el periódico, en tanto traducen sus intereses empresariales. La acumulación de beneficios económicos le permite también ejercer influencia sobre las autoridades políticas. Así, el prestigio del diario se acrecienta conforme lo hace su poder económico y su capacidad de presión. Los objetivos temporarios, por su parte, se definen en función de la coyuntura específica y se subordinan a la consecución de los permanentes (Borrat, 1989).

El segundo elemento del cálculo estratégico es el de los riesgos a los que el periódico se somete cuando establece sus objetivos temporarios. Estos pueden ser de carácter positivo — cuando pretenden ganar algo que no tenían— o negativo —cuando deben conservar algo que sus adversarios procuran quitarle—, y de distinto grado o nivel, en función de lo que esté en juego. En este sentido, los riesgos pueden incluir desde pérdidas económicas o de alguna cuota de independencia, hasta el "riesgo absoluto": desaparecer (Borrat, 1989, p. 43).

Por último, los recursos que el periódico tiene a su favor para el cálculo estratégico orientado a la consecución de sus objetivos son variados y pueden considerarse de distinto modo. Borrat (1989) señala el uso de la influencia, los recursos humanos, las capacidades económicas, tecnológicas, informativas y productivas, las redes de relaciones con otros actores, la cohesión entre los distintos tipos de integrantes del medio y el compromiso ideológico, entre otros recursos con los que cuenta este medio.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

En ese marco, Borrat (1989) destaca la centralidad que el conflicto tiene en la consideración del periódico como actor político. Este se encuentra en los tres niveles de acción: el medio relata hechos que en su trama enfrentan a dos o más actores en una disputa de poder — nivel extra—, participa de algunos de los conflictos acerca de los cuales informa —nivel inter— y experimenta conflictos que, aunque son omitidos de sus temarios, se producen en la propia institución. Así, para el autor, la presencia del conflicto tiene un carácter estructural que "moldea tanto sus rutinas de producción como aquellas estrategias de comunicación que el periódico decide y organiza para alcanzar ciertos objetivos determinados". (Borrat, 1989, p. 36). La inclusión del conflicto en las coberturas genera la presunción de que se trata de un conflicto políticamente relevante, tanto para los públicos en general como para el sistema político en particular. En palabras de Aruguete (2013), "la dramaticidad, la negatividad y la definición precisa de un asunto como problemático potencia la atención de los políticos hacia las coberturas" (p. 213).

En síntesis, la actuación política de los periódicos se lleva a cabo en tres niveles: *extra*, *inter*, e *intra*. Además, involucra una dimensión no pública y otra publicada. La primera alude a sus prácticas productivas y al proceso de toma de decisiones en función de sus objetivos, los riesgos que debe asumir y los recursos con los que cuenta para ello. Estos factores, que determinan la exclusión de ciertos asuntos o aspectos de sus coberturas, inciden también en la segunda dimensión, aquella que es visible en los textos noticiosos. Ello se lleva a cabo mediante operaciones de inclusión, jerarquización y el tipo de tratamiento o encuadre dado a los distintos *issues*. Desde este punto de vista, los textos noticiosos pueden entenderse como huellas del ejercicio del poder; es decir, de la variedad de intereses que pugnan por dominar el sentido de dicho texto (Entman, 1993).

Si bien el debate y sanción de la LSCA en 2009 no constituía un riesgo directo para los objetivos de los periódicos analizados en el marco de esta investigación, el proceso tenía implicancias políticas, socioculturales y económico-financieras para el sector en el cual los medios se desarrollan. Por esa razón, además de revestir noticiabilidad para las agendas de estos diarios, su consideración como partícipes activos con intereses legítimos en el sistema político cobra especial relevancia. Algunos de los rasgos específicos de estos matutinos son abordados en los próximos apartados.

La prensa económica. Una mirada de su historia y su actualidad[110]

Los diarios económicos representan un sector específico de la prensa gráfica y el público al que apuntan es, por lo general, acotado y especializado. Sin embargo, el interés por este tipo de información se ha desarrollado como una de las especialidades periodísticas más importantes del mundo occidental (Calvo Gutiérrez, 2011). Orientado a informar acerca de hechos relacionados con la economía, las finanzas, la banca y el

mercado bursátil, el periodismo económico provee análisis e interpretaciones que sus públicos incorporan como insumo para el conocimiento del estado económico nacional e internacional (Holzmiller & Roselli, 1986). La materia prima con la que trabaja es sumamente delicada, pues puede tener impacto en las condiciones económicas de las personas y en su patrimonio, así como en la viabilidad o en la cotización de las empresas. Así, la información que provee la prensa especializada en economía y finanzas tiene un valor monetario (Del Río, 2004).

La española Rosa Del Río (2004) se remonta al siglo XIX para identificar el momento de "desarrollo definitivo de la información económica en Europa, América y las colonias al servicio de la burguesía dominante, con el Reino Unido como centro financiero" (p.18). Debido a las guerras napoleónicas, la actividad financiera europea se desplazó de Ámsterdam hacia Londres, que se instaló como la ciudad protagónica del desarrollo de las finanzas y el comercio en todo el continente. La creciente demanda de información específica sobre estos temas favorecieron la emergencia de distintas publicaciones: en 1817 nació la revista *The Times*, desde la cual se expresaron los nuevos economistas liberales que predicaron el libre comercio. Por su parte, el parlamentario y ex secretario del Tesoro James Wilson fundó otra revista emblemática, *The Economist*, en 1843, la cual funcionó como vehículo de difusión de la doctrina de Adam Smith.

El *Financial News* fue el primer periódico económico, nacido en Londres en 1884. No obstante, fue el *Financial Times*, lanzado cuatro años más tarde, el que marcó un hito en las publicaciones económicas y se convirtió, hasta hoy, en unos de los diarios económicos con mayor influencia en el mundo de las finanzas (Del Río, 2004). Fundado por el grupo financiero de los hermanos Berry, fue comprado en 1957 por el *holding* Pearson Publishers Limited, socios mayoritarios de la revista *The Economist*. Desde sus inicios, este periódico adoptó el papel de color salmón, pues el costo era menor que el blanco, utilizado por la prensa generalista[111].

En Estados Unidos, el periodismo económico se forja con la aparición de *The Wall Street Journal*, ampliamente reconocido actualmente como un periódico de perspectiva conservadora (Kim, 2009) y primer periódico diario en ese país. Fueron Dow, Jones y Bergstresser, los dueños de la agencia de noticias e informes financieros Dow Jones Company, quienes convirtieron sus boletines titulados "*Customers Afternoon Letter*" en un diario de cuatro páginas. Este nació como expresión de la concepción liberal de la economía y al amparo de la Bolsa de Nueva York, muy activa después de la guerra civil estadounidense por las cotizaciones de las empresas que invertían en la minería, el ferrocarril, la industria y el sistema financiero.

Los análisis técnicos concisos y didácticos del comportamiento bursátil publicados por el editor de *The Wall Street Journal*, Charles Dow, significaron tal aporte que el índice que mide las variaciones en los precios de los valores de la Bolsa de Nueva York tomó su nombre y el de Jones y se lo llamó 'índice Dow Jones': [Estos informes trataron de] suprimir

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

el misterio que envolvía a las fluctuaciones de los precios de las acciones con ejemplos de la propia naturaleza humana" (Shariff, 1987, p. 18). Actualmente, el periódico cuenta con varias ediciones internacionales distribuidas en todo el mundo.

Ya entrado el siglo XX, nació también en Estados Unidos uno de los hitos del periodismo económico: *The Washington Post*, con el objetivo de contar "la verdad acerca de los asuntos importantes de América y del mundo" (Del Río, 2004, p. 23).

A partir del *crack* de la bolsa de Nueva York, en octubre de 1929, se produjo un giro en la prensa económica estadounidense y también en la europea, pues comenzó a implementar nuevas fórmulas periodísticas que se evidenciaron en la incorporación de una mirada más interpretativa y analítica de los acontecimientos económicos y bursátiles (Galdón López, 1994).

Calvo Gutiérrez (2011) identifica, desde el punto de vista de los historiadores de la comunicación, tres fases en el desarrollo del periodismo económico-financiero a partir de mediados del siglo XX: la primera, "de reconocimiento académico", la sitúa en Estados Unidos durante la década de los cincuenta. La segunda, "de la práctica profesional", la fecha a partir de la década de los ochenta. Por último, la denominada "batalla en la red", comienza con el siglo XXI (p. 58).

La primera etapa da cuenta de la influencia que los medios especializados en economía y finanzas ejercen sobre el ámbito político, empresarial y social. Durante esa fase, se diferenciaron conceptualmente dos modelos: el británico y el estadounidense (Coca & Diezhandino, 1991). En el primero, la información se mezcla con el análisis, los comentarios y las predicciones. Además, se caracteriza por el uso frecuente del *off the record*. El periodismo económico financiero estadounidense, en cambio, suele separar con mayor claridad la información de la opinión y la primera está acompañada de mayor cantidad de fuentes, generalmente institucionales. La opinión suele articularse con voces externas y expertas en el campo.

En la década de los ochenta

> …cambió para siempre la cobertura de los temas económicos. El final del consenso keynesiano, la nueva embestida de las tesis neoliberales (…) y la subsiguiente caída de los sistemas comunistas significaron la apertura de un nuevo período para la relación de los medios con la economía (Arrese, 2006, p. 43).

Así, se produjo un boom del periodismo económico que se extendió hasta los noventa: surgieron en muchos países canales de televisión especializados, así como cadenas de radio económicas y, hacia mediados y fines de los noventa, el nacimiento de múltiples sitios de Internet.

Calvo Gutiérrez (2011) explica el florecimiento de los ochenta y noventa a partir de dos causas coyunturales y una tercera de más largo alcance: la primera está relacionada con el desarrollo cíclico del mercado, dado que en períodos de crisis las inversiones suelen llevarse a cabo a partir de asesorías y muchas se orientan hacia la especulación. Ello hace

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

que cobre valor el periodismo especializado. En segundo lugar, observa el impulso que las sociedades de inversión y las entidades financieras le dieron a la colocación de los ahorros que la clase media había obtenido en períodos de bonanza. Por último, menciona la recuperación de la prensa escrita, basada —en parte— en la especialización de las publicaciones.

La última etapa, iniciada en el siglo XXI, se conoce como "la batalla por posicionarse en la red y seguir siendo rentables y referentes en el sector" (Calvo Gutiérrez, 2011, p. 63). Los grupos Pearson —editor de *Financial Times*— y Dow Jones —propietario de *The Wall Street Journa*l— han llegado al presente como los dominantes en el periodismo económico financiero y han ampliado su influencia y la de sus marcas internacionalmente. Ambos han tratado, además, de vigorizarse desarrollando sus ediciones digitales frente a la caída sostenida de la prensa impresa. A esta batalla se suma la expansión del poder informativo económico y el "cambio de mentalidad" empresarial —compras, ventas, fusiones— así como las transformaciones de las audiencias. Apenas un ejemplo de ello es la fusión de dos de las grandes agencias especializadas en economía, Reuters y Thomson, que se unieron en 2007 para hacer frente a un tercer competidor, Bloomberg.

Ante el complejo panorama de la actualidad económica, financiera y empresarial, Arrese (2006) identifica tres procesos de simplificación que actúan conjuntamente en la actividad informativa que atiende dicha actualidad. El primer tipo de simplificación es el propio de la labor periodística, sujeta a limitaciones espacio-temporales, profesionales y lingüísticas. En segundo término, el carácter abstracto del conocimiento económico y la variedad de acciones y decisiones que involucran a diversos agentes conducen a otro proceso de simplificación: el que debe elaborar modelos y generalizaciones estadísticas a fin de sintetizar ideas y conceptos complejos: "la realidad económica general puede ser muchas veces distinta (…) a la que experimenta particularmente cada ciudadano" (p.44). Finalmente, tal como ocurre con otros tipos de periodismo especializado, el periodista se ve en la necesidad de hacer atractivos los públicos unos asuntos técnicos, oscuros y, muchas veces, poco interesantes.

Paradójicamente, afirma Arrese (2006) el triple fenómeno de simplificación actúa en el periodismo económico sobre un tipo de información sujeto a exigencias de rigor, debido a la sensibilidad de los datos y al impacto inmediato que estos pueden tener en los mercados. Muchas veces, dicho rigor resulta problemático, pues ciertos temas —por caso, la política económica— son materia de disputas teóricas y políticas en las que fuentes, analistas y expertos pueden actuar movidos por intereses particulares o de grupos que no son fáciles de desentrañar.

En ese contexto, la información económica debe ser considerada, también, información política. Como sostiene De Río (2004) una no puede analizarse sin tomar en cuenta a la otra. Estas están tan imbricadas que cualquier análisis social o político de la actualidad estaría incompleto sin considerar la dimensión económica y viceversa.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El carácter especializado que tiene la prensa económica condiciona no solo la selección de los temas que tratan sino también el enfoque que hacen de estos. En consecuencia, puede afirmarse que este aspecto es constitutivo de su línea editorial, si por esta se entiende el lugar desde donde un medio de comunicación construye parte de la realidad social.

Ciertamente, la línea editorial de un periódico no puede ser identificada únicamente a partir de grado y tipo de especialización, pues la misma es producto de múltiples variables que actúan de modo combinado. Entre ellas se cuentan los propios intereses corporativos de la empresa periodística, su inserción en la economía, la relación que establezca con el sistema político y sus características institucionales. En palabras de Arrueta (2009), la línea editorial es el conjunto de

> …coordenadas espacio-temporales e ideológicas-profesionales desde donde se intenta dar sentido a los mecanismos de inclusión, exclusión, jerarquización y tematización. Los medios masivos obran desde un horizonte común y autónomo a la vez, que les permite organizar sus prácticas y actuaciones sociales. La línea editorial es la médula de ese procedimiento (pp. 133-134).

Así, la línea editorial le otorga coherencia a los mecanismos de actuación política de las instituciones periodísticas. Las formas que ésta adquiere se plasman en los contenidos que producen y publican. Asimismo, otros factores como el contexto de creación del medio, el devenir de su historia, las relaciones con el sistema político, la labor profesional de sus periodistas, la relación de estos con la institución, los vínculos con sus fuentes de información, entre otros aspectos, colaboran en esa configuración compleja que moldea los mensajes noticiosos.

***El Cronista Comercial*, "el primer diario de periodismo de negocios de la Argentina"**[112]

El Cronista Comercial fue fundado el 1 de noviembre de 1908 por Antonio Martín Giménez. Concebido como un "diario de negocios para informar y orientar acerca de la industria, la banca y el comercio", durante los ochenta años siguientes se vendería solo mediante el sistema de suscripciones (citado en Ulanovsky, 2011a, p. 36). A diferencia de su par *Ámbito Financiero*, si algo signó la larga historia del periódico fueron los vaivenes que le imprimieron los numerosos cambios de gestión que atravesó a lo largo de más de cien años.

Inspirado por la experiencia europea y norteamericana, el matutino nació como un desprendimiento de la agencia "La Comercial", una compañía que ofrecía el servicio de información crediticia para empresas y bancos desde fines del siglo XIX y llegó a tener legajos de un millón y medio de empresas de la Argentina, Brasil y Uruguay. Además,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

contaba con sucursales en Buenos Aires, Mendoza, Bahía Blanca y Río de Janeiro (Seoane, 2011). Giménez trabajaba allí junto con sus socios Rafael Severino Perrotta, Luis Zambrini, Carlos Liberatore y Guillermo Dankert, quienes fueron los copropietarios de la sociedad por acciones a través de la cual se concretó el proyecto del periódico. La **Imagen 3.1** recupera la tapa del primer ejemplar del diario.

Imagen 3.1. Portada de la primera edición de *El Cronista Comercial*, 1 de noviembre de 1908.

El Cronista Comercial

Diario de la mañana

Fuente: Seoane (2011, p. 379)**.**

La versión original de *El Cronista Comercial* se editaba en formato sábana y contaba con cuatro páginas de cuatro columnas cada una, dedicadas principalmente a difundir los informes económicos elaborados por la empresa madre. Desde ese lugar, procuró reportar las noticias del sector empresarial —vital para el desarrollo las labores de inversores, banqueros, industriales y financistas— así como el pensamiento de quienes eran, a consideración de sus editores, “las fuerzas vivas del país” (*El Cronista Comercial*, 2008). La mayoría de las noticias remitían al ámbito nacional y eran enviadas a la casa central a través de telégrafos eléctricos desde las sucursales de “La Comercial”, ubicadas en el interior del país. Una vez compaginada la edición, el periódico se enviaba a imprimir fuera de la redacción. Desde un primer momento, el matutino se publicó de lunes a viernes, siguiendo el pulso de la actividad económica.

El nuevo periódico no fue bien recibido por el resto de la prensa gráfica, por entonces conformada por unos pocos periódicos. Únicamente los diarios *La Nación* y *El País* dieron cuenta de su lanzamiento, aunque con cierta reticencia (Seoane, 2011). Más allá de la poca repercusión mediática, creció exponencialmente la cantidad de suscriptores ávidos de

acceder a la información sensible que ofrecía, al tiempo que se expandía la planta de empleados. Durante el primer gobierno de Hipólito Yrigoyen (1916-1922) acompañó el proceso de sustitución de importaciones que generó altos niveles de inversión.

En 1919, tras la muerte de Giménez, tomó las riendas del diario Severino Perrotta, miembro de una familia napolitana de comerciantes y ganaderos y accionista mayoritario de la empresa. Allí se inició "la era de los Perrotta como empresarios periodísticos, lobistas destacados del movimiento financiero, reproductores de la mirada política de la elite argentina, informantes de oficio en el mundo capitalista argentino" (Seoane, 2011, p. 28).

La gran depresión mundial desatada por la caída de la bolsa de Wall Street, en 1929, y el golpe de Estado que terminó con la segunda presidencia de Yrigoyen (1928-1930), fueron dos mojones importantes para la actividad política y económica del país y *El Cronista Comercial* no estuvo exento del impacto que causaron a nivel nacional. En ese marco, se posicionó como férreo defensor de una Ley de Quiebras, que se sancionó en 1933 bajo el número 11.719 y procuró amparar a numerosos empresarios afectados por la crisis. Este hecho acabó por darle el lugar de principal fuente de información mercantil y financiera, así como de referente para los representantes del poder económico a la hora de decidir sus inversiones.

Entre los principales columnistas del periódico, que ya había crecido en su número de páginas, se destacaron ministros de Gobierno, integrantes de la Bolsa de Comercio, la SRA o la Cámara de Comercio. Luego de la muerte de Perrotta, en 1938, fue nombrado director el abogado y profesor en derecho comercial Carlos Malagarriaga, subdirector del diario desde 1922. La viuda de Perrotta, María Ana Pereyra, se integró al directorio junto con Zambrini y Liberatore. Luego, se sumaron al proyecto sus hijos, Rafael Andrés y Ana María.

El Cronista Comercial transitó un camino incómodo durante los gobiernos de Juan Perón (1946-1952 y 1952-1955), cuya política económica no apoyó en absoluto. Así quedó plasmado en sus editoriales, donde alertó acerca de "los males del intervencionismo estatal" (*El Cronista Comercial*, 2008), una de las banderas del peronismo. Por entonces, los accionistas decidieron escindir el periódico de la sociedad madre y crearon dos empresas independientes. Un año después, asumió la dirección del diario Duilio Anzisi, quien se había casado con la viuda de Perrotta. Sin descuidar la preeminencia de la información económica, el matutino incorporó otros temas, como 'política' y 'sociedad'.

Anzisi comenzó a compartir en 1950 la dirección del periódico con Rafael Andrés Perrotta, "quien sería uno de los principales hacedores de la historia de *El Cronista*" (*El Cronista Comercial*, 2008, p. 2). Unos años más tarde, a principios de la década de los sesenta, se incorporó a la sociedad Enrique Cánepa. Con su aporte, se fundó SADEI, razón social que conservaría durante los cuarenta años siguientes. Además, compró a uno de sus competidores, *El Avisador Mercantil*, un medio especializado en quiebras.

En 1968, con el abogado Rafael Perrotta, hijo de Severino, ya como único director, el

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

periódico inició un proceso de expansión que lo llevó a tomar la decisión de convertirse en un diario general y sumó la venta al público en la calle a su servicio de suscripción[113]. Desde principios de los 70 y hasta que ingresó la periodista Susana Viau, la única mujer en la redacción de *El Cronista Comercial* fue Susana Colombo, quien se desempeñaba en la sección 'Internacionales'. Recién en 1985, en ocasión del terremoto que azotó a México, logró que le permitieran escribir un "Panorama Internacional". Sin embargo, este salió sin firma porque las mujeres no podían firmar en la sección editorial (Ulanovsky, 2011a).

Durante el gobierno de Arturo Frondizi (1958-1962), un episodio monetario captó las tapas de todos los diarios: el Poder Ejecutivo dispuso que los sueldos fueran cobrados en bonos. Según afirma Muchnik, "Ahí es cuando la información económica empieza a obsesionar al público, hasta el '76 para adelante en que todos nos convertimos en verdaderos especuladores financieros" (Ulanovsky, 2011a, p. 206).

Aunque *El Cronista* preexistió a *Ámbito Financiero*, Ruiz (2005) sostiene que aquel no fue capaz de percibir el crecimiento del público interesado en la información financiera. Es por eso que *Ámbito* creció tan rápidamente, instalándose como el primer diario en el rubro. El propio Ramos aseguró que cuando el resto de los periódicos se dieron cuenta de que este tipo de información interesaba "a los más importantes lectores", era tarde, pues su diario estaba ya consolidado (Ruiz, 2005, p. 33).

Al igual que otros empresarios durante las décadas de los sesenta y setenta, Perrotta comenzó a interesarse por corrientes de pensamiento alternativas a las tradicionales: pasó de integrar las filas del nacionalismo, en los 50, a comulgar con el progresismo, algunos años más tarde. Según Seoane (2011), tuvo un vínculo cercano con el jefe de la guerrilla guevarista ERP, Mario Roberto Santucho. Se relacionó con intelectuales de izquierda, artistas y militantes sociales y desarrolló una actitud "paternal" con sus trabajadores.

Su "amplitud intelectual" no le impidió, sin embargo, ser visitante asiduo del almirante Eduardo Emilio Massera, antes de que integrara la Junta Militar que derrocó el gobierno de María Estela Martínez de Perón (1974-1976) ni ser amigo personal del ministro de Economía de la dictadura militar (1976-1983), José Alfredo Martínez de Hoz. Frecuentaba además a muchos de los principales empresarios y figuras políticas del país, así como a las familias de la alta sociedad. Fue él quien obtuvo, de boca del propio ministro de Economía Celestino Rodrigo, la primicia de lo que luego sería conocido como el "Rodrigazo"[114] (*El Cronista Comercial*, 2008).

En aquellos tiempos se incorporó al *staff* del diario un grupo de periodistas jóvenes como Tito Amadeo, Jorge Riaboi, Ricardo Kirschbaum, Roberto Guareschi, Carlos Abalo, César Magrini, Eduardo Van der Kooy —por aquel entonces cronista deportivo—. También Susana Viau, Alberto Dearriba y Roberto "Tito" Cossa, editor de espectáculos, quien definió al diario de esa época como "un delirio: un diario de izquierda que tenía su público

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

entre los agentes de bolsa, alguna vez habrá que escribir esa experiencia esquizofrénica" (Sánchez, 2005).

El 13 de junio de 1977, luego de haber salido de su casa del barrio porteño de Recoleta, Perrotta fue secuestrado y desaparecido. Había vendido el diario varios meses antes al grupo agroalimentario Sasetru S.A., asediado por los problemas financieros que habían llegado a poner en riesgo el sueldo de los empleados. A pesar de la búsqueda emprendida por su familia, que mantuvo reuniones con diferentes funcionarios del régimen de facto a través de los contactos que había forjado el propio Perrotta, no lograron dar con él[115]. No fue el único miembro del periódico que corrió esa suerte: entre un grupo importante de periodistas[116], en 1978 desaparecieron también a Julián Delgado, quien lo había sucedido en el rol de director.

El cambio de rumbo impreso por las nuevas autoridades volvió a orientar al diario centralmente en la información ligada a los negocios. Incorporó nuevos columnistas, sumó información proveniente de *The Wall Street Journal* y lanzó nuevos productos, como el anuario con la visión de los presidentes de las principales empresas del país. Luego de la desaparición de Delgado, tres serían los directores que pasarían por la redacción de *El Cronista* hasta el retorno del régimen democrático: Alberto Borrini, Raúl Sarmiento y Mario Sekiguchi. A partir de entonces, con la excepción de Néstor Scibona —entre 1994 y 2001— y de Fernando González —quien asumió la dirección del diario en 2009 y se despidió del cargo en 2016[117]—, ningún director permanecería más de tres años en el máximo puesto.

El empresario Eduardo Eurnekián compró *El Cronista Comercial* a mediados de la década de los ochenta. Desde 1983, Eurnekián era propietario de la compañía Cablevisión[118], que ofrecía el servicio de cable en la zona norte de la Ciudad y del Gran Buenos Aires. Así, comenzó a constituir un multimedio, fisonomía empresarial que se pondría en boga durante la década de los noventa, bajo el gobierno de Carlos Menem (1989-1999). En sociedad con Luis Melnik, adquirió también el Canal 2 de televisión abierta y las radios América y FM Aspen 102.3. Además, fundó la productora de contenidos Pramer.

Durante los primeros años de la nueva gestión, el diario creció. Se sumaron páginas, secciones, periodistas y suplementos y cambió el nombre: pasó a ser *El Cronista*, a secas. Eurnekián emprendió un intento por destronar a *Ámbito Financiero* del primer lugar en el rubro económico. Incluso, tentó al periodista Bernardo Neustadt ofreciéndole diez veces más de lo que cobraba por sus columnas en *Ámbito* (Ruiz, 2005). El gesto profundizó la rivalidad estructural que había entre ambos. Además, entre septiembre de 1990 y julio de 1992, SADEI editó el vespertino *Extra*, que estuvo dirigido por José Ignacio López primero y por Orlando Barone, después. Tuvo una tirada inicial de cuarenta mil ejemplares y, según explicó entonces Eurnekián, el objetivo era "ocupar el espacio que dejó *La Razón*",

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

que había salido de circulación ese mismo año (Ulanovsky, 2011b, p. 257).

El proceso de expansión fue acompañado por una renovación tecnológica: las viejas máquinas de escribir fueron reemplazadas por computadoras y las rotativas sumaron color a su tirada (*El Cronista Comercial*, 2008). No obstante, el avance más importante fue la incursion del diario en Internet, en 1994. El sitio web Cronista.com fue pionero entre los medios gráficos del país. Durante la era Eurnekián, afirma Becerra, América y *El Cronista* "no fueron superavitarios, pero tener un multimedio le sirvió [al empresario] para anudar lazos con sectores de la política y la economía y le sirvió como plataforma para pasar a otros sectores económicos" (citado en Vulcano, 2014) como el aeroportuario.

El *holding* español Recoletos compró *El Cronista* en junio de 2000, unos meses después de que Eurnekián hubiera vendido América TV a Torneos y Competencias, propiedad de Carlos Ávila[119]. Recoletos editaba en su país el diario económico *Expansión* y el deportivo *Marca* y pertenecía a su vez a la británica Pearson, editora de *Financial Times*. Entre los cambios que la compra ocasionó al interior del periódico se destacan la vuelta al nombre original completo, *El Cronista Comercial*, y el color salmón en sus páginas, signo distintivo de los diarios de su tipo entre los medios del grupo. En el plano editorial, fortaleció el perfil orientado a los negocios. Por otra parte, se integraron la revista de negocios *Apertura*, la de marketing y publicidad *Target*, la especializada en tecnología *Information Technology* y nacieron *Clase Ejecutiva* y *RPM*. Además, rejuveneció su clásico anuario y editó la guía empresaria *Quién es Quién*.

Un cambio accionario de Recoletos en España llevó al grupo a desarmar su estrategia de difusión en América Latina y a concentrar sus negocios en España y Portugal. Así, en septiembre de 2006, el empresario y entonces diputado nacional[120] Francisco de Narváez compró *El Cronista Comercial* a través del GdN y se convirtió en el único dueño del medio. Entre otras compañías, dicho *holding* poseía La Rural S.A., la textil Rapsodia y Citrícola Ayuí. También era accionista de la sociedad que poseía la titularidad de la licencia de LS86 TV Canal 2 -América TV S.A.

De Narváez se presentó nuevamente como candidato a diputado por la provincia de Buenos Aires en las elecciones de medio término que se llevaron a cabo el 28 de junio de 2009. Aliado con el entonces jefe de Gobierno de la CABA, Mauricio Macri, encabezó la lista de la AUPro y llevó en segundo lugar Felipe Solá, ex gobernador de la provincia entre 2003 y 2007 y representante del denominado "peronismo disidente". La lista del oficialismo, por su parte, era liderada por el ex Presidente Néstor Kirchner (2003-2007) y secundada por el gobernador de la provincia de Buenos Aires Daniel Scioli. Más allá de que los resultados electorales modificarían el mapa de poder en el Congreso de la Nación, el dato de mayor relevancia fue que la lista de De Narváez obtuvo el primer lugar con el 34,6% de los votos, 2,4% por arriba de la de Kirchner[121] (Tagina, 2011).

El *Cronista Comercial* le otorgó amplia cobertura a las elecciones y desplegó

numerosos análisis de sus resultados, así como de las perspectivas políticas que estos abrían para el oficialismo y para la oposición. La **Imagen 3.2** reproduce la tapa del lunes 29 de junio, día posterior a la celebración de los comicios. Desde su editorial del día, firmada por el director Periodístico Fernando González, vaticinó que se aproximaba "un cambio de época" y celebró que la modificación de las relaciones de fuerza que se produciría a partir de diciembre obligaría al kirchnerismo a la búsqueda de acuerdos que le aportaran gobernabilidad:

> Empieza la era del consenso y del poder compartido. Un ejercicio extraño para los Kirchner pero que deberán aprender porque eso es lo que la sociedad les reclamó desde Buenos Aires a Mendoza, y desde Córdoba hasta Santa Cruz. Nada menos[122].

Unos meses después de las elecciones, cuando se iniciaba el debate parlamentario del proyecto de ley de SCA en la Cámara de Diputados, el COMFER denunció a De Narváez y a América S.A. por ocultar la participación del primero en la sociedad propietaria de América TV. La denuncia señalaba el incumplimiento del artículo 29° Decreto 286/81, reglamentario de la Ley N° 22.285 de Radiodifusión. Dicho artículo obligaba a los licenciatarios de medios, se tratara de personas físicas o de sociedades, a presentar cada dos años un informe ante la autoridad de aplicación en el cual se acreditara su situación en relación con las condiciones y requisitos dispuestos por el artículo 45° de la Ley de Radiodifusión para ser titular de una licencia.

Imagen 3.2. Portada de *El Cronista Comercial* el lunes posterior a las elecciones legislativas de 2009.

EL CRONISTA
COMERCIAL

EL NUEVO ESCENARIO — DEBACLE OFICIALISTA EN BUENOS AIRES

De Narváez derrotó a Kirchner y empieza el tiempo de la transición

El oficialismo perdió la mayoría en Diputados
Michetti ganó en Capital y Macri es presidenciable
Pino Solanas fue la revelación del comicio porteño
Prat-Gay quedó tercero y en duda la banca de Carrió
La ola anti K llegó a Santa Cruz: venció la UCR

Los mercados se ilusionan con volver a la racionalidad y hay menos temor por el dólar

Los empresarios no creen que se apliquen cambios de fondo en la gestión económica

El domingo de los barbijos y el alcohol en gel

Patagonia Cash Management

BANCOPATAGONIA

Fuente: *El Cronista Comercial*, 29 de junio de 2009.

En la denuncia, el COMFER expresaba que la información provista por América S.A. a la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia sobre su composición accionaria difería de la que constaba en sus registros, los cuales estaban desactualizados. Además, la participación de De Narváez en América violaba el inciso “g” del artículo 45° de la Ley N° 22.285, que excluía de la posibilidad de ser propietario de licencias a funcionarios públicos, legisladores y militares en servicio.

De Narváez rechazó públicamente la denuncia del COMFER y acusó al Gobierno nacional de perseguirlo políticamente por haberse erigido en ganador de las elecciones legislativas y por no apoyar la sanción de una nueva ley para los medios audiovisuales. *El Cronista Comercial* cubrió las declaraciones de su propietario: incluyó el tema en la portada de la edición del 2 de septiembre y publicó una nota a página completa, tal como se exhibe en la **Imagen 3.3.** Sin embargo, no fue el único diario que trató el tema: este fue cubierto por la mayoría de los diarios impresos y digitales de la prensa nacional. Por caso, los generalistas *Clarín* y *La Nación* lo publicaron en sus sitios web el 1 de septiembre por la tarde y *Página/12* lo incluyó como uno de los temas de su portada del día siguiente. *Ámbito* también cubrió la denuncia del COMFER y la respuesta de De Narváez.

Finalmente, la denuncia fue desestimada. De acuerdo con las autoridades de la AFSCA[123], De Narváez informó en sede judicial que el paquete accionario de Zarova S.A., empresa que participaba de la propiedad de América TV, pertenecía a sus hijos, Francisco, Martín y María Jazmín[124].

Imagen 3.3. Portada y nota acerca de la denuncia del COMFER a Francisco De Narváez.

EL CRONISTA COMERCIAL

De Narváez rechaza otra denuncia K: “Persiguen a los que piensan distinto”

Cristina amenazó con intervenir también el mercado de las ART

Hoy convertirían en ley impuestazo a los televisores, aires y celulares

El Gobierno acelera un acuerdo con el FMI

Se derrumban las acciones del sector financiero en Wall Street

Nuevo aumento a naftas y gasoil en todo el país

MARIOTTO LO ACUSÓ DE OCULTAR LA COMPOSICIÓN SOCIETARIA DEL MULTIMEDIOS AMÉRICA

Tras una denuncia del Gobierno, De Narváez dijo: ‘Me quieren vetar a mí’

El diputado de Unión PRO aseguró que la Casa Rosada pretende acallarlo porque se opone públicamente a “un proyecto de ley kirchnerista para amordazar al periodismo”

El veto que desató la polémica

Fuente: *El Cronista Comercial*, 2 de septiembre de 2009.

A su llegada a *El Cronista*, De Narváez nombró al periodista Guillermo "Willy" Kohan director periodístico del diario. Kohan había sido secretario de Redacción de Ámbito Financiero entre 1986 y 1997. En palabras de uno de los entrevistados, se trataba de "un tipo con una cabeza económica que pensaba un diario económico y prestaba poca atención a los temas de política nacional"[125].

En 2009, Kohan fue reemplazado por Fernando González. El cambio de mando coincidió con un fuerte ajuste económico en la empresa. En primer lugar, los directivos del GdN —entre ellos, Fernando Minaudo, director general del grupo y presidente de *El Cronista Comercial*— encontraron un medio deficitario. Con el objetivo de lograr la auto-sustentabilidad, pusieron en marcha una estrategia de ajuste que implicó el despido de alrededor de sesenta empleados de un total de doscientos y la no renovación de puestos de trabajo por jubilaciones. El balance de 2009 fue muy negativo para *El Cronista*, pues cerró con pérdidas cercanas a los cuatro millones de pesos —alrededor de un millón de dólares—. Sus directivos adjudicaron el déficit a tres causas; primero, a una estructura ineficiente; segundo, a la campaña política de De Narváez que, según afirma un entrevistado, provocó la pérdida de anunciantes importantes que no querían ser asociados al propietario del diario; tercero, a la crisis internacional y a su impacto en la Argentina. Al año siguiente, *El Cronista* logró "ordenar sus cuentas" y alcanzó la auto- sustentabilidad a partir de los ingresos provenientes de la publicidad y de las suscripciones en partes equivalentes.

En la actualidad, *El Cronista Comercial* tiene alrededor de 150 empleados, entre los que se cuentan unos 40 redactores que trabajan para la edición en papel y otros 15 que se desempeñan exclusivamente en el sitio web. A estos dos sectores se les suma un tercero, compuesto por alrededor de 40 periodistas más nóveles, dedicados a los suplementos y a las revistas *Clase Ejecutiva*, *Apertura* e *Information Technology*. Además, trabajan alrededor de 15 diagramadores para las ediciones impresas y, desde hace varios años, no existen correctores en ninguna de las áreas en las que se divide la organización de la empresa. Finalmente, hay cerca de 40 empleados administrativos entre los sectores de comercial, *marketing* y administración y recursos humanos.

Aunque la planta de periodistas destinada a cada sector sea distinta, en la práctica interactúan de modo fluido. Todos los contenidos publicados en las versiones en papel están disponibles en la web, que se actualiza de modo permanente. Para ello, se implementa una modalidad de trabajo a distancia, que le otorga mayor flexibilidad al trabajo de los redactores *online*.

No se ha logrado dar con información precisa acerca de la circulación del matutino durante el período aquí estudiado pues, como se mencionó, este no está asociado al IVC. La cifra declarada en su Mediakit se ha mantenido estable en 58 mil ejemplares desde la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

edición 2012 hasta la de 2016. En función de las variaciones en la circulación de la mayor parte de los periódicos que se viene registrando durante los últimos años (ver **Gráfico 3.1**), se estima posible que los cambios no hayan sido reflejados en las comunicaciones formales de *El Cronista Comercial.* En este sentido, una de las fuentes consultadas[126] afirmó que la tirada promedio ronda los 20 mil ejemplares[127].

Según los Mediakit de *El Cronista Comercial*, el periódico se distribuye en la mayor parte del país —a excepción de las provincias de Corrientes, Chaco, Tucumán, La Rioja y Mendoza—, aunque el 78% de los ejemplares permanece en la Ciudad de Buenos Aires[128] y en el Gran Buenos Aires y solo el 22% se envía al interior. La mitad del total de las ediciones se vende en los kioscos de diarios, mientras el otro 50% es por suscripciones. En cuanto al perfil de lector, se menciona que ocho de cada diez son mayores de 35 años y el 65% son varones. Además, el 70% tiene estudios de grado o posgrado y leen más de un diario. No obstante, considera a *El Cronista* el principal referente de los medios consumidos:

> Son ejecutivos de empresas que consumen marcas, bancarizados, que no tienen tiempo. Invierten en comunicación, se capacitan y actualizan constantemente. Practican un deporte y usan tecnología, viajan y usan automóvil. Valoran lo visual como estímulo y tienen un alto consumo cultural[129].

De formato tabloide, *El Cronista* se caracteriza por tener notas cortas y utilizar una gran cantidad de imágenes —infografías y fotografías—. A diferencia de *Ámbito Financiero*, entre los títulos de los suplementos se destaca el uso de múltiples vocablos en inglés: '*Management & HH.RR*', '*It Business'*, '*We'*, '*Real Estate*' o 'Cronista *Kids*'. Además, los jueves se publica una selección de notas del periódico *Financial Times*, tal vez como herencia de la etapa ligada al grupo Recoletos. En el marco de un acuerdo con el brasileño *Valor*, difunde también un resumen de las noticias más importantes según ese periódico especializado en finanzas.

Otra de las diferencias notorias respecto de *Ámbito* es la presencia de una sección específica para la opinión que durante 2009 era responsabilidad del editor de 'Política'. *El Cronista Comercial* reserva una página del diario para las opiniones de columnistas externos, algunos de los cuales son de carácter estable, mientras que otros son invitados en función de la agenda noticiosa. En temas controvertidos, como el caso que se estudia aquí, suele dividir el espacio en partes iguales para dos posturas divergentes u opuestas. Por otra parte, el tercio izquierdo de la segunda página está destinado al editorial, por lo general relacionado con los temas "calientes" del día y firmado por alguno de los altos mandos del diario. Durante el período analizado en esta investigación, la gran mayoría de los editoriales referidos la LSCA llevan la firma de Fernando González[130].

El debate y la sanción de la LSCA obtuvieron una amplia cobertura en el matutino,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

especialmente en su sección 'Política & Economía'[131] y en la de 'Opinión'. En menor medida, el tema fue tratado en la sección 'Negocios'. De modo similar a lo que se mencionó para *Ámbito Financiero*, de las entrevistas realizadas a distintos miembros del periódico se desprende que no hubo un posicionamiento transmitido de modo manifiesto por parte de las autoridades de la institución periodística. No obstante, deben apuntarse tres aspectos de relevancia que casi todos los entrevistados coinciden en señalar, con mayor ahínco cuanta mayor jerarquía reviste el puesto desempeñado: en primer lugar, predomina una mirada crítica del texto de la LSCA, pues se la interpreta como una norma creada "a medida" para minar el poder económico y político del Grupo Clarín basada en una lectura sesgada del funcionamiento del mercado que afecta, en consecuencia, la "seguridad jurídica" del Grupo. Esta interpretación puede leerse con claridad en los editoriales firmados por el director Periodístico:

> ¿Qué es la seguridad jurídica? Para las empresas, se trata sencillamente de contar con un marco jurídico racional y estable como para que las inversiones que vayan a realizar en el futuro estén contenidas y protegidas por nuestras leyes. No es ése el escenario que se planteó para la ley de radiodifusión a la que el kirchnerismo intentaba anoche darle media sanción (…) Si el Gobierno quiere llevar adelante esta iniciativa para redefinir el presente y el futuro de los medios de comunicación tendrá que darse y darle a la sociedad más tiempo para la discusión[132].

En línea con ello, la reserva del 33% del espectro para el sector sin fines de lucro es considerada inviable por los altos costos de inversión que se requieren para montar y sostener un medio audiovisual.

En segundo término, la mayor parte de los periodistas entrevistados reconoce que a la hora de planificar sus coberturas toma en cuenta que el público destinatario de las mismas pertenece al sector político, pero también al empresario y, por esa razón, procuran privilegiar aspectos que revistan relevancia para los "actores del mercado":

> Había como dos entradas de la cuestión de los medios: *El Cronista* le da mucha importancia a los medios como negocio, porque son empresas. Entonces, la cobertura de algunos de los cambios que iba a generar la implementación de la 'Ley de Medios' también se tomaba del lado de la sección Negocios (…) [*El Cronista*] le habla a empresarios, a ejecutivos de empresas, políticos interesados en la economía y políticos en general. Yo tengo chequeado, por ejemplo, que Cristina leía, no sé si todos los días, pero día por medio leía *El Cronista.* Es un diario leído en el Congreso, es un diario leído entre los sindicalistas, es un diario leído, te diría, en lo que en la década de los sesenta y setenta se llamaba 'la clase dirigente'. En algún punto porque *Ámbito* también. *Ámbito* tenía más lectores, ahora creo que ya debe tener menos, o algo parecido[133].

Por último, es posible afirmar que todos los entrevistados declaran ejercer la profesión con total "libertad periodística" (Ruiz, 2016) en relación con la figura de Francisco De Narváez. A diferencia de la libertad de prensa, que alude a la libertad de acción con que cuentan los propietarios de medios para la publicación de informaciones y opiniones,

la libertad periodística refiere a la autonomía que tienen los periodistas para desplegar sus competencias profesionales, la cual puede verse afectada como producto de los límites impuestos por las decisiones de los directivos.

La propiedad de los medios es una de las "restricciones exógenas" que Ruiz (2016, p. 64) señala como limitante de la libertad periodística, pues los dueños del medio pueden condicionar la selección, jerarquización y profundización de las noticias. Si se procura evaluar este tipo de restricciones para la cobertura de la LSCA a partir de las declaraciones de los entrevistados, los datos obtenidos coinciden en que dichas restricciones fueron bajas o nulas. En efecto, uno de los periodistas sostiene que: "El medio tenía probablemente una posición más contraria a la Ley, pero no hubo condicionamientos, no hubo una línea. Se pudo relatar todo el proceso"[134]. De modo similar, otro de los entrevistados afirma que "nunca nadie me dijo que lo nombre o que no lo nombre. Y, en ese momento, De Narváez era diputado y aspiraba a ser Gobernador" (Ismael, 2016). Más aun, el entrevistado considera, incluso, que el hecho de que De Narváez fuera propietario del diario funcionó como restricción en sentido inverso:

> Yo creo que la campaña de De Narváez estuvo mal cubierta a propósito. Hoy es un tipo insignificante, pero en aquel momento estaba entre las cinco, seis personas más importantes de la política argentina. Y te diría que le dábamos poquísima pelota, para mi sorpresa. Me sorprendió la poquísima injerencia sobre la línea editorial (…) La verdad es que me daba un poco de vergüenza hacer una nota hablando del dueño de mi diario. Si no me lo piden, no lo voy a hacer, digamos. Y me parece que al resto de los compañeros que trabajaban ahí le pasaba lo mismo (Ismael, 2016).

Las apreciaciones acerca de la poca influencia que la propiedad del diario ejerció sobre la labor periodística no debe ser subestimada, en tanto los entrevistados fueron coincidentes en este punto. No obstante, es preciso ejercer la vigilancia epistemológica y atender a las limitaciones que este tipo de datos tiene para sostener afirmaciones concluyentes. Hanitzsch & Mellado (2011) han advertido en las potenciales brechas entre las percepciones que los periodistas tienen acerca de las múltiples influencias que afectan su trabajo y "las realidades objetivas de la autonomía limitada del periodismo" (p.18). Aunque excede los límites del presente trabajo, una posible vía de investigación en este sentido podría proponerse distinguir los procesos por los cuales las influencias se vuelven significativas para los periodistas de aquellos que están incorporados a su ideología profesional como aspectos "naturales" de su labor.

3.4.2. *Ámbito Financiero*, un diario "no convencional"[135]

La primera edición de *Ámbito Financiero*, cuya portada se incluye en la **Imagen 3.4**, salió a la calle el 9 de diciembre de 1976, casi nueve meses después del golpe de Estado que instauró la última dictadura cívico militar en la Argentina (1976-1983). Nacido al calor de

la ebullición financiera[136], comenzó siendo un boletín de solo cuatro páginas que ofrecía información sobre tasas, el rendimiento de plazos fijos, la oscilante cotización del dólar y el valor de las acciones: “el país ofrecía plata dulce y *Ámbito* nació para decir cómo y dónde obtenerla” (Ruiz, 2005, p. 22).

Imagen 3.4. Portada de la primera edición de *Ámbito Financiero*, 9 de diciembre de 1976.

ámbito financiero

el diario de la zona bancaria

Lentes de contacto PUPILENT Flexibles y blandos Adaptados individualmente con recete de su oculista Unicamente por turnos Angel R. Moreno Emilio Mitre 48 (Alt. Rivadavia 3400) Tel.: 99-0015

Año I - Nro 1 Jueves 9 de diciembre de 1976 80 pesos

INFORMACION AL DIA DE TODAS LAS COTIZACIONES Y OPERACIONES FINANCIERAS

Dispares Variaciones en Tasas al Inversor

Muchas entidades financieras modificaron sus intereses para colocaciones • Segundo día consecutivo de alza en la Bolsa • El Banco Nación continúa elevando la paridad para Bonos Externos • Decae el dólar en la plaza marginal • Mejores rendimientos para Valores Nacionales Ajustables •

VALOR DEL PESO ARGENTINO EN EL EXTERIOR

INDICE

LETRAS DE TESORERIA

Plazo (días)	Vencimiento	Precio %	Tasa de interés vencida Anual %	Mensual %
14	24.12.76	97,10	112,9	6,50
28	7. 1.77	94,31	118,5	6,60
48	21. 1.77	91,20	119,0	6,75
63	11. 2.77	87,01	121,5	6,85
77	25. 2.77	84,06	125,2	7,00
91	11. 3.77	81,22	127,8	7,10
126	15. 4.77	74,68	130,3	7,20

Espacio reservado para moscatel Espiño tres generaciones ofreciendo la misma calidad

Fuente: Ruiz (2005, p. 161)

La tirada inicial fue de entre seiscientos y dos mil ejemplares, según la fuente que se consulte (Ulanovsky, 2011b). Gracias a la capacidad que el equipo liderado por Julio Ramos[137] tuvo de interpretar a tiempo las necesidades de la creciente inversión-especulación financiera, apenas unas semanas después de su lanzamiento dejó de ser un boletín para convertirse en un periódico que fue creciendo al mismo ritmo que la influencia de los mercados en la vida cotidiana. Así, a principios de la década de los ochenta *Ámbito* ya contaba con agencias publicitarias en veintitrés puntos de la Argentina y, de acuerdo con su director, era leído por las cuarenta mil personas más influyentes del país (Aruguete, 2011b).

Aunque no se constituyó en férreo defensor de las políticas económicas del régimen militar y publicó las opiniones de especialistas críticos con ellas, bendijo la reforma liberal emprendida por Martínez de Hoz y mantuvo con él y con su equipo una buena relación. A diferencia del periodismo político, el económico tuvo mayor libertad para expresarse durante esos años, de modo que *Ámbito* gozó de cierta inmunidad editorial, pues “no fue

considerado relevante por los gobernantes que tenían a cargo las plantas represivas" (Ruiz, 2005, p. 38).

La cobertura de los temas políticos se incorporó explícitamente al diario con la llegada de Roberto García, en 1981. Ruiz (2005) vincula esta apertura temática con el desembarco del general Roberto Viola en la Presidencia de la Nación, dado que pretendía ampliar el sustento político de una dictadura que se encontraba en evidente crisis.

Por entonces, el alto contenido interpretativo ya se advertía tanto en la tapa como en la contratapa. En este punto, el diario se inspiraba en la tradición británica de la prensa económica (Coca & Diezhandino, 1991). En efecto, en las páginas interiores abundaban las notas y recuadros "picantes". Muchas veces, estos últimos eran acompañados con retratos dibujados de los actores involucrados en el hecho noticioso, recurso que fue tomado del estadounidense *The Wall Street Journal.* El género editorial, entendido como columnas diferenciadas de las noticias, no existió nunca en *Ámbito*.

Todo el periódico estuvo siempre impregnado de las opiniones de su director, quien hizo alarde del capital humano que integraba su redacción y de las rutinas flexibles que caracterizaban al matutino, centrales para revestir de interés noticioso los asuntos económicos. De hecho, varios de los periodistas entrevistados para esta investigación que ingresaron al diario cuando este era dirigido por Ramos, recuerdan esos tiempos como épocas en que se valoraba especialmente su labor y se pagaban buenos salarios en relación con el resto de los periódicos. Tal vez, esa sea una de las razones por las cuales no hubo en *Ámbito* un alto nivel de recambio de profesionales y buena parte de sus empleados hayan permanecido en la redacción a lo largo de los años. Las necrológicas publicadas tras la muerte de Ramos destacaron este rasgo particular del propietario y director de *Ámbito*: "[Ramos] Se vanagloriaba, asimismo, de pagar a sus periodistas los salarios más altos del mercado. Con ellos y con la profesión mantuvo una relación pragmática, *laisserferista*, de a ratos inescrupulosa"[138].

Desde los primeros días del gobierno de Alfonsín (1983-1989), el periódico fue crítico de su política económica. En junio de 1985 obtuvo su primera primicia nacional[139], la cual implicó un salto cualitativo para la historia del diario (Ulanovsky, 2011b): adelantó los detalles del Plan Austral, que el Ministerio de Economía conducido por Juan Vital Sourrouille estaba por lanzar. En 1986 ingresó al diario cono jefe de Espectáculos Ignacio Zuleta, periodista que se convertiría en una figura de relevancia a lo largo de los años. Desde esa sección, Zuleta cubrió distintos temas relacionados con el mercado de medios de comunicación y su regulación hasta que fue designado a cargo de la sección política, en 1989.

Frente al "fracaso" del gobierno radical y la pérdida de su poder político, hacia 1988 tomó fuerza en *Ámbito* la idea de la vuelta a los "años de plomo"[140]. A ello se sumó que la alta intención de voto que tenía el candidato a presidente por el Partido Justicialista, el

riojano Carlos Menem, representaba una amenaza para el sector empresario. Por entonces, Ramos no imaginaba que trabaría una relación tan cercana con quien sería Presidente de la Nación durante la década de los noventa (1989-1999). Ambos terminaron forjando “una alianza que haría historia en el periodismo argentino” (Ruiz, 2005, p. 167). De hecho, algunos integrantes del diario llegaron a ser funcionarios[141] y el propio Ramos soñó incluso con ser ministro de Economía por esos años.

Casi como un síntoma de la íntima relación de *Ámbito* con el menemismo, nació la exitosa y emblemática sección “Charlas de quincho”, que comenzó a aparecer en el verano de 1990 y estuvo destinada a difundir chismes y rumores provenientes de fiestas sociales y reuniones políticas. Las repercusiones de los contenidos ofrecidos allí, a cargo del propio Ramos y de dos de sus directivos, Ricardo García e Ignacio Zuleta, llegaban a radios, ambientes empresarios y oficinas políticas (Ulanovsky, 2011b). Poco después de la muerte de Ramos, Zuleta asumiría la responsabilidad de la sección.

Más allá de las diatribas que Ramos no escatimó a la hora de calificar políticas, sectores o personajes que no eran de su agrado, las más vehementes las dirigió hacia quienes ponían en jaque los intereses del diario o su propia existencia. Ejemplo de ello fue la compra del periódico económico *El Cronista Comercial*, por parte del empresario Eduardo Eurnekián. Entonces, *Ámbito* publicó “solicitadas denunciando a Eurnekián por el origen público de sus créditos y por sus vinculaciones oficiales” (Ruiz, 2005, p. 147).

Sin embargo, la batalla más importante que libraron Ramos y su matutino fue la que Ulanovsky llamó “el entuerto *Ámbito Financiero* contra *Clarín*” (2011, p. 238), en el marco de la adjudicación de las licencias de los canales de televisión abierta 11 y 13, a fines de 1989. Con la pretensión de expandirse en el campo de los medios[142], Ramos conformó una sociedad denominada Argentevé S.A. junto con Florencio Aldrey Iglesias del diario *La Capital* de Mar del Plata, Máximo Gainza del periódico *La Prensa*, el productor y conductor televisivo Gerardo Sofovich y el cantante Ramón “Palito” Ortega, entre otros miembros[143], y se presentó como oferente en la licitación de canal 13 (Baranchuk, 2009).

Ámbito Financiero cubrió ampliamente el proceso de privatización de los canales 11 y 13 y hasta publicó una convocatoria con los requisitos para inversores que quisieran integrarse a la sociedad: por cada uno por ciento del capital accionario se requerían aproximadamente 200 mil dólares. Además, expresaba las pretensiones que tenía para el canal en términos de contenidos:

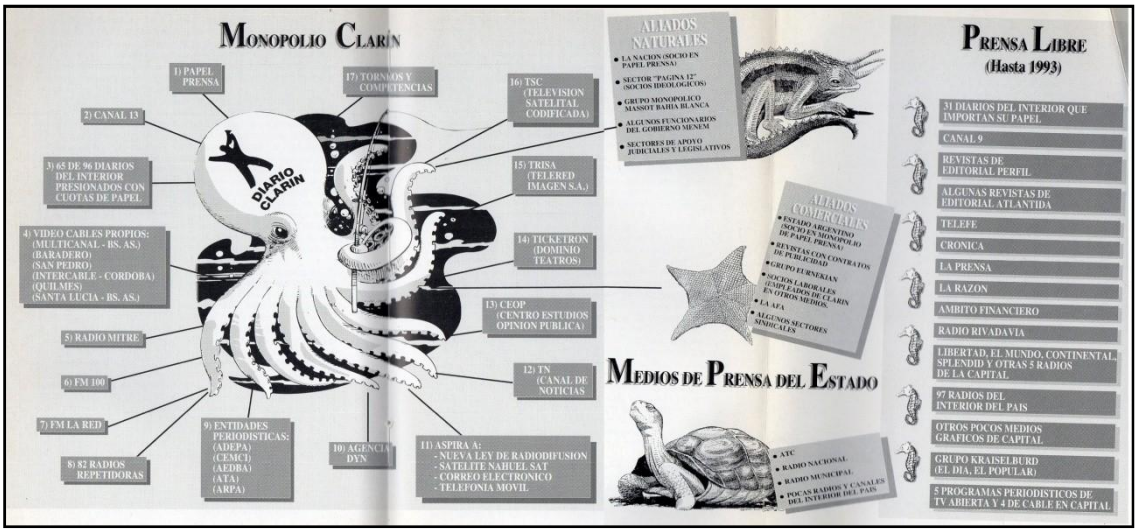
> Se busca para Canal 13 una pantalla de calidad dentro de un sentido popular; cultural sin caer en lo culturoso, respetando aunque sea en un día o cuando menos en un horario los gustos no popularizados pero existentes en una sociedad. No puede tener ese proyecto, desde ya, el grado de politización ni el detallismo económico de un diario (*Ámbito Financiero*, 29 de septiembre de 1989, citado en Califano, 2014, p. 281).

El proceso licitatorio, que duró varios meses, culminó el 22 de diciembre de 1989 con la publicación del Decreto 1540/89, que otorgó las licencias de las estaciones LS84 TV Canal 11 a Televisión Federal (TeleFé) y LS85 canal 13 a Arte Radiotelevisivo Argentino S.A. (ARTeAr), quienes tomaron posesión de sus instalaciones unos días más tarde (Baranchuk, 2009).

Desde las páginas del diario se cuestionaron los dictámenes de la Comisión Evaluadora, a la que se le reprochó su parcialidad a favor de Clarín, y se denunció el "manejo turbio" de los expedientes. Por otra parte, aseguró que "desprenderse de los canales no constituía un gran negocio económico para el Estado pero 'como golpe de efecto privatizador es muy bueno'" (Baranchuk, 2009, p. 230).

Ramos sostuvo hasta su muerte una ofuscación permanente y profunda con el pujante grupo mediático: "nos van a terminar ahogando a todos, a los chicos y a los grandes, con su monopolio" (citado en Ulanovsky, 2011b, p. 271). La cuestión de canal 13 se sumaba a sus enfáticas y reiteradas denuncias contra el carácter monopólico que había tomado la empresa productora de papel de diario Papel Prensa[144] y su pesada influencia, especialmente sobre las pequeñas empresas del interior del país. En 1993 publicó el libro *Los cerrojos a la prensa*, que dedicó buena parte de sus 32 capítulos a denunciar lo que consideró la evolución de Clarín hacia formas de concentración de medios de prensa en manos de un mismo grupo familiar, en perjuicio de la libertad de expresión (Ramos, 1993). La **Imagen 3.5** reproduce el gráfico incorporado en el libro para ilustrar lo que denuncia como el "monopolio" de los medios a manos de Clarín.

Imagen 3.5. Mapa de medios de comunicación en la Argentina, según Julio Ramos.



Fuente: Ramos (1993, p. 304).

Ámbito fue el principal impulsor de las críticas que se hicieron desde la prensa a la modificación de la Ley de Quiebras —mediante la Ley N° 25.563— reclamada por Clarín

durante el período de Eduardo Duhalde, así como a la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales N° 25.750, sancionada unas pocas semanas después de la asunción de Néstor Kirchner como Presidente de la Nación. Esta Ley obligó al Estado a auxiliar al endeudado Grupo Clarín, ya que limitó la propiedad extranjera de medios de comunicación nacionales a un tope del 30% (Califano, 2009). *Ámbito Financiero* bautizó la norma como "Ley Clarín". Al respecto, Ramos afirmó que "esto es lo grave: en la Argentina los medios de prensa pueden lograr leyes" (citado en Blanco & Germano, 2005, p. 83).

El apoyo de Ramos a la candidatura de Menem en 2003, puso al periódico "al borde del ridículo" (Ruiz, 2005, p. 275). Ruiz (2005) relata que la noche de la primera vuelta, en *Ámbito* se ensayó una posible tapa del lunes anunciando una victoria de su candidato por un ajustado margen de votos. "El diario fue arrastrado un paso más hacia el aislamiento con ese abrazo incondicional a ese menemismo residual, que tenía ya solo recuerdos de aquellas alocadas hiperinflacionarias de 1989 en las que *Ámbito* 'descubrió' el menemismo" (p. 275).

Hasta la muerte de Julio Ramos, en 2006, el diario fue mayoritariamente de su propiedad[145]. Luego de dos años de un proceso sucesorio agitado y sumamente traumático para el matutino en general y para su planta de trabajadores en particular, en 2008 la totalidad del paquete accionario fue vendida por la familia de Ramos al empresario Orlando Vignatti y pasó a llamarse Grupo Ámbito. Meses más tarde, se integró a la compañía el legendario *Buenos Aires Herald*, que fue comprado a Sergio Szpolski, y en mayo de 2009 adquirió el diario *El Tribuno* de la provincia de Tucumán. La compra fue anunciada en la portada del 13 de mayo con el recuadro que se presenta en la **Imagen 3.6**, adonde también vaticinó el pronto lanzamiento de un nuevo matutino en la provincia de Chaco[146].

Imagen 3.6. Recuadro de tapa que anuncia la compra del periódico *El Tribuno de Tucumán* por parte del Grupo Ámbito.

SE AMPLÍA EL GRUPO ÁMBITO

➤ *El Grupo Ámbito firmó anoche el contrato para la adquisición del prestigioso diario El Tribuno, que se edita en la ciudad de San Miguel de Tucumán. Su incorporación, que pertenecía a un conglomerado de medios de gran influencia en la región noroeste del país, amplía el alcance del Grupo Ámbito que posee el diario* ***Ámbito Financiero*** *y el Buenos Aires Herald, y responde a un plan de inversiones en medios gráficos, digitales y audiovisuales de alcance nacional. La expansión del grupo prevé el lanzamiento en las próximas semanas de otro diario que se editará en Resistencia, capital de la provincia del Chaco.*

Fuente: *Ámbito Financiero*, 13 de mayo de 2009.

La llegada de Vignatti implicó fuertes transformaciones para *Ámbito*. Su edición digital, que había sido creada por Ramos como ambitoweb.com[147] en octubre de 2000 y ya se había vuelto prácticamente obsoleta, cobró nuevo impulso. Si bien el acceso a la edición digital continuó siendo exclusivo para sus suscriptores antes de las 14 horas de cada día, ambito.com funcionó siempre de manera independiente, tanto en cuanto a los contenidos publicados como a su cuerpo de periodistas, y se actualiza de modo continuo.

Las redacciones del diario impreso y del *online* están físicamente separadas. Si un periodista de una interactúa con algún colega de la otra, es porque la redacción *online* "está en el camino al taller donde se llevan las páginas diagramadas" (Beixiga, Beltrán, Martínez Elebi, & Vasconcelos, 2014, p. 52). En general, hay una diferencia generacional y de antigüedad entre unos y otros: los editores y redactores "del papel" llevan muchos años de ejercicio de la profesión en el periódico, mientras que la *web* está integrada, en su mayoría, por periodistas jóvenes.

Ámbito Financiero es un diario relativamente pequeño: cuenta con unos 35 redactores fijos, a quienes se suman 12 personas que se dedican a la carga de datos y siete u ocho correctores. Además, trabajan aproximadamente cinco diagramadores, ocho armadores, tres personas abocadas al arte del diario y tres más dedicadas al retoque de imágenes. Colaboran de modo externo entre veinticinco y treinta periodistas[148]. El número de integrantes se ha mantenido relativamente estable a lo largo de la historia del periódico y, como se mencionó, los editores tienen entre veinte y treinta años de antigüedad en la empresa.

No existe información precisa acerca de la circulación del matutino durante el período aquí estudiado, dado que *Ámbito* nunca se asoció al IVC. El propio periódico publicó informaciones ligeramente divergentes. Por un lado, hasta 2015 estuvo disponible en su sitio *web*[149] un breve informe que aseveraba que la tirada promedio de los días miércoles y jueves era de 70.100 ejemplares, los martes y viernes de 74.400 y los lunes ascendía a 75.450 en todo el país. Por otro lado, en el marco de una controversia mantenida con *Clarín* y *La Nación*[150] —especialmente con el primero— durante 2011, *Ámbito* publicó los resultados de una auditoría encargada a la empresa consultora KPMG, la cual

> …constató la tirada promedio de esa boca (de la Ciudad de Buenos Aires) los días 17, 21 y 23 de marzo de 2011. Su promedio arrojó más de 36.000 ejemplares (…) A ello se le deben adicionar los ejemplares de suscripciones que *Ámbito Financiero* distribuye y los que se imprimen todos los días en las plantas de Neuquén, Rosario, Córdoba, Resistencia y Mendoza"[151].

Por último, varias fuentes consultadas coincidieron en señalar que la tirada del periódico rondaba en promedio las 35 mil ediciones diarias, aproximadamente la mitad de las cuales se entregaban a clientes que abonaban su suscripción mensualmente.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

De acuerdo con el Mediakit que el Grupo Ámbito[152] entrega a sus potenciales anunciantes, el lector promedio del matutino es varón, de entre 20 y 52 años y de perfil profesional: la mitad ha finalizado su carrera universitaria y tres de cada diez tienen estudios de posgrado. En su gran mayoría, los lectores reciben el periódico en su lugar de trabajo, adonde ocupan algún cargo gerencial. Se trata de personas que se desempeñan predominantemente en el sector privado, gozan de bienestar económico y viajan al exterior con regularidad.

En este sentido, Ulanovsky (2011b) describe el consumo de *Ámbito* como el de un "segundo diario" (p.272). Es decir, una publicación que se consulta a fin de ampliar o profundizar la comprensión de ciertos temas. Aunque las respuestas de los entrevistados no son homogéneas en este punto, todos coinciden en señalar que, a diferencia de lo que ocurre con la prensa de carácter generalista, el enunciatario de *Ámbito* es un lector informado. Los periodistas dan por supuesto, entonces, que la información y la interpretación que ofrecen no requiere de la contextualización que sería necesaria para quien desconoce los temas. Por otra parte, reconocen que el valor diferencial del diario radica en su capacidad de incluir solo los temas importantes y saber jerarquizarlos: "Nosotros nunca damos toda la información. Nosotros damos la información que importa, la relevante o la que explica"[153].

El Grupo Ámbito continuó en manos de Orlando Vignatti hasta que, en febrero de 2015, ambito.com publicó un comunicado firmado por él en el cual anunciaba que el Grupo Indalo Media, propiedad del empresario Cristóbal López, había adquirido "el 60% del Grupo Ámbito -Editorial AmFin S.A., titular del Diario *Ámbito Financiero*, *Buenos Aires Herald* y *El Ciudadano* de Rosario. La adquisición incluye sus plantas impresoras de Chaco, Córdoba y Rosario". Nada se mencionaba de *El Tribuno* de Tucumán ni de las plantas impresoras con las cuales el diario contaba en Neuquén y Mendoza[154]. Asimismo, se detalló la lista de autoridades para el Grupo a partir de ese momento: Fabián De Sousa fue nombrado presidente, Mariano Frutos, vicepresidente y el propio Vignatti, director y gerente general.

Vignatti había avanzado en una serie de negociaciones con Daniel Vila, uno de los propietarios del grupo Vila-Manzano, para venderle el 60% de las acciones de la Editorial AmFin, en diciembre de 2014. Los empresarios, que ya eran socios en el periódico *La Capital* de Rosario, no lograron llegar a un acuerdo y la negociación se estancó. Una vez concretada la venta al Grupo Indalo, Vila obtuvo dos medidas cautelares "prohibiendo la compra por un lado y obligando a Vignatti a retomar las discusiones" que habían iniciado con motivo de la venta[155]. La disputa judicial frenó los efectos del desembarco del Grupo Indalo en la gerencia de *Ámbito*, que se terminó llevando a cabo unos meses más tarde.

El proceso de debate y la sanción de la LSCA obtuvieron amplia cobertura en el matutino, aunque no en todas sus dimensiones. La mayor atención estuvo puesta en los

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

distintos aspectos que caracterizaron la disputa política entre los defensores del proyecto de ley —el Gobierno de la Nación y el "kirchnerismo" en general— y sus detractores —fundamentalmente, la oposición política—, con énfasis en la acción desarrollada en la arena legislativa. De las entrevistas realizadas a distintos miembros del periódico se desprende que no hubo un posicionamiento explícito por parte de las autoridades de la institución periodística, pues no se ubicó a sí misma como participante involucrada en la controversia. En palabras de uno de los entrevistados:

> La posición del diario no era la de la línea de Ramos contra 'el monopolio', contra la posición dominante de *Clarín*. Era, más bien, la de observar cuántos muertos quedaban de cada lado. La guerra no era de *Ámbito,* era Clarín contra el Gobierno. Se trataba de ver cómo terminaba esa pelea para ver qué le convenía hacer al diario. Es una interpretación mía, muy subjetiva (…). El diario miró la pelea como si fuese un River-Boca"[156].

Mientras tanto, otro de los periodistas entrevistados interpretó que establecer un posicionamiento editorial ante la medida de política de comunicación que se discutía en el Congreso habría sido problemático, pues

> … en ese momento el diario era crítico del Gobierno, de sus lineamientos económicos y de sus definiciones políticas. Pero se terminó encontrando con que, de alguna manera, el Gobierno estaba avanzando con una medida que dañaba a alguien que el diario conceptualmente o editorialmente consideraba un rival, un enemigo[157].

La **Imagen 3.7** resulta ilustrativa de ese comportamiento señalado por los entrevistados. Se trata de las páginas centrales de la edición del 25 de septiembre de 2009, momento en que empezaba a debatirse en la Cámara Alta el proyecto que había obtenido la media sanción en Diputados. Sobre las columnas externas de las páginas, se ubican dos notas de opinión: la primera, titulada "Los tentáculos del Leviatán" la firma el economista Alberto Benegas Lynch (h) y se expresa totalmente en contra de la iniciativa, a la que califica de autoritaria y fascista, "digno de una república bananera"[158]. La autoría de la segunda columna de opinión es de Gustavo López, secretario General de la Presidencia y ex interventor del COMFER. En férrea defensa del texto normativo, lo caracteriza como el proyecto que se convertirá en "una ley de la democracia, que elimine prohibiciones, que incorpore todas las voces (…), que conjugue el respeto irrestricto a la libertad de expresión (…) con un desarrollo de la industria audiovisual y que contenga cláusulas antimonopólicas"[159].

Imagen 3.7. Notas de opinión sobre la LSCA en *Ámbito Financiero*.

COLUMNISTAS

EN CONTRA

Los tentáculos del Leviatán

UNA PUJA DE NEGOCIOS, IDEOLOGÍAS, POSICIONES POLÍTICAS Y DESTINOS ELECTORALES

Medios: una pelea que es mil peleas

COLUMNISTAS

A FAVOR

Un proyecto impostergable

Qué cambia y qué se discute

Fuente: *Ámbito Financiero*, 25 de septiembre de 2009.

En el centro de la imagen se ubica la nota de opinión de Ignacio Zuleta, “Medios: una pelea que es mil peleas”. Allí, el editor de política y Secretario de Redacción de *Ámbito* sostiene la necesidad de una reforma en materia regulatoria, pues “La Argentina, donde el sistema de medios ha crecido por fuera de las normas sin ningún tipo de control, tiene una deuda con el público en materia de concentración de medios nacional”. A la vez, desaprueba distintos aspectos del contenido de la norma que, considera, fue diseñada para un “gobierno de abogados, que creen que cambiando la ley se cambia la realidad, cuando seguramente es la realidad la que hace las leyes”. Y postula, entre otras críticas, que el proyecto se basa en la presunción de la dirigencia política de que los medios compiten con ellos y manipulan las conciencias, razón por la cual procuran controlar su libertad de expresión. Señala, además, la inconveniencia de establecer límites para la formación de redes y mínimos de producción local, pues dejaría a “las provincias cautivas de caciques locales de la comunicación como si fueran ciudadanos de segunda”[160]. En definitiva, encuadra el debate en una disputa política del Gobierno —y de la dirigencia política en general— con los medios de comunicación. Según esta mirada, el proyecto sintetiza un intento de deslegitimar a la prensa como actor social por ver en ella un adversario político.

Si bien la postura adoptada por Zuleta no puede homologarse de ninguna manera con la del resto de los periodistas de *Ámbito*, tampoco debe negarse el peso que su opinión tiene en el diario. Si, como propone Eilders (2000, p.181) las notas de opinión de directivos o los editoriales de los periódicos son la “expresión legítima de la opinión política

del medio", puede afirmarse que *Ámbito Financiero* —a través de su secretario de Redacción— recupera su tradición crítica hacia la concentración de la propiedad de los medios y al Grupo Clarín[161] en particular (Ramos, 1993) y la incorpora a una perspectiva de corte liberal más cercana a la mirada del sector empresario frente a la iniciativa legislativa.

Los periodistas y editores como *gatekeepers*

¿En qué medida los profesionales participan de la construcción de la "realidad" que subyace en las páginas de los diarios? ¿Qué proporción de los textos que los medios publican son producto de los filtros individuales, profesionales y organizacionales de los periodistas y qué proporción reporta las interpretaciones de otros actores sociales? Responder a estas preguntas de modo abstracto puede conducir a un callejón sin salida pues, tal como sostiene Brüggemann (2014), se partiría de la presunción de que es posible identificar una tendencia homogénea en todos los periodistas, en todos los medios y en todas las coberturas. Por otra parte, este supuesto de homogeneidad incurre en dos problemas: primero, supone que los encuadres de los periodistas son distintos a los del resto de la sociedad y, por eso, fácilmente identificables y aislables. Por el contrario, aquí se sostiene que los encuadres de los textos están arraigados en la cultura (Van Gorp, 2007), y se manifiestan en los ámbitos individual, organizacional y social. En segundo término, dicha presunción de homogeneidad desatiende la complejidad de los procesos de elaboración de los mensajes noticiosos de la que ya dieron cuenta numerosos estudios (Shoemaker & Reese, 1996).

Teniendo en cuenta que los contextos políticos y culturales, así como las redacciones y los profesionales que trabajan en ellas son particulares y dinámicos, se considera más oportuno partir del supuesto de heterogeneidad. Esto es, identificar los rasgos característicos de la labor periodística en la prensa económica e indagar, con las limitaciones que implica el paso del tiempo[162], en las formas que estas adquirieron en el tratamiento del caso que aquí se estudia. La premisa que guía estas preocupaciones es que estos rasgos constituyen un aporte relevante a la hora de indagar los encuadres noticiosos que prevalecen en los textos.

En su labor cotidiana, los periodistas se encuentran con una enorme cantidad y diversidad de acontecimientos entre los cuales seleccionan aquellos que incluirán. Del análisis de esa tarea básica y primordial, surgió la noción de *gatekeeper* (portero o guardabarreras). Fue Kurt Lewin quien, en 1947, propuso el término en un estudio acerca de las dinámicas de interacción social. Allí se refiere a la figura individual o colectiva que "tiene el poder de decidir si dejar pasar o bloquear la información" (Lewin, 1947, p. 145). En el marco de los estudios de comunicación, David White (1950) utilizó este concepto para analizar específicamente la afluencia de información por los canales organizativos de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

la prensa y para identificar aquellos puntos que funcionan como porterías que establecen si la información pasa para ser transmitida como noticia o si es descartada.

Aunque los primeros trabajos basados en el *gatekeeping* tienen un carácter más bien anecdótico y están estructurados desde la experiencia individual y el estudio de casos (Arrueta, 2009), Wolf (1987) les reconoce el mérito de haber identificado en qué sitios del aparato informativo se ejerce la acción de filtro explícita e institucionalmente. Las investigaciones han avanzado mucho a partir de entonces: el concepto ha superado el carácter individualista, se ha complejizado y se ha verificado que el proceso de *gatekeeping* se da en distintos niveles (Shoemaker, 1996; Shoemaker & Reese, 1996; Soroka, 2012), independientemente de que la decisión sea ejecutada por una o más personas:

> Las decisiones del *gatekeeper* no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien en relación a un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos, como la eficiencia, la producción de noticias, la velocidad (Robinson, 1981, citado en Wolf, 1987, p. 206).

De George (1981) sintetiza en tres las funciones desarrolladas por la figura del *gatekeeper*, se trate de un individuo o de un grupo, pues el énfasis está puesto en el rol y menos en quién o quiénes lo desempeñan. En primer lugar, es la figura encargada de juzgar qué *issues* son periodísticamente interesantes y cuáles no. Segundo, establece el tiempo o el espacio —según el tipo de medio— que ocupará un tema, además del tipo de cuerpo, titular o ubicación. Por último, impone la relevancia que se le asigna a los asuntos o el género periodístico con el que debe ser abordado. Así, el *gatekeeping* actúa como una especie de tamiz, “que deja pasar unas informaciones y otras no, que realza, comunica o silencia unos temas sobre otros” (Rodríguez Díaz, 2004, p. 40).

Las funciones propuestas por De George (1981) resultan útiles para desentrañar el conjunto de tareas que involucran al periodista, a sus rutinas de trabajo y a la organización específica de los medios analizados en el tratamiento de un *issue*. Como se mencionó en la introducción de este capítulo, el proceso de *gatekeeping* puede ser considerado como una dimensión de análisis de un objeto complejo como lo es la cobertura de un asunto político con implicancias socioculturales y económicas para el sector de los medios de comunicación. Esta dimensión no es de ningún modo determinante, pero no puede soslayarse que ejerce algún grado de influencia en las formas que cobran los contenidos publicados.

La primera función mencionada por De George (1981) es la evaluación del interés periodístico de un asunto. En *Ámbito Financiero* y en *El Cronista Comercial*, esta tarea es ejecutada por redactores y editores, aunque en distinta medida y con variaciones según el *issue*. Ciertamente, esta operación es llevada a cabo teniendo en cuenta criterios institucionales, pues no debe perderse de vista que, tal como afirma Tuchman (1983), “la evaluación de la noticiabilidad es un fenómeno negociado, constituido por las actividades

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

de una compleja burocracia diseñada para supervisar la red informativa" (p. 51).

Según los entrevistados, por lo general, la primera selección de los temas es ejecutada por los periodistas. Estos no lo hacen únicamente en función de sus intereses individuales, sino que actúan dentro de los márgenes de lo que consideran de interés periodístico para el diario. Luego, elevan sus propuestas a los editores de sus secciones. En palabras de uno de los miembros de *Ámbito Financiero*,

> Este es un diario que se hace con lo que traen los periodistas. Como editor, lo que se hace es preguntarle cada uno de los periodistas "Che, ¿qué tenés?". Después, con todo el "qué tenés", vas armando el diario, pero el recorrido es de abajo para arriba. Salvo, obvio, los días que tenés coberturas que están recontra "cantadas": "renunció De la Rúa", bueno, "¿qué tenés sobre el tema?". Entonces soy yo el que te pregunto, porque el título es ese y después tenemos que contar esa historia. Pero, en general, los diarios se hacen al revés[163].

En otras ocasiones, en cambio, son los editores quienes asignan a los periodistas los asuntos que deben cubrir. Desde el punto de vista de los editores, ello depende no solo de las propiedades del *issue* sino también de las características del periodista. Un editor de *El Cronista* lo resume:

> No siempre el impulso de la nota surgía del redactor. Te diría que, en el caso de *El Cronista,* esto pasa el 50 % de las veces. Hay redactores que son más proactivos, siempre te propone notas, y otros que no tanto. Ese es un factor importante (Ismael, 2016).

El caso que se analiza en esta Tesis constituye un "evento crítico", en los términos en que lo plantea Pride (1995)[164], pues se trata de una medida de política pública novedosa a la que el Gobierno de la Nación le adjudicó suma relevancia y que motivó la atención de los medios de comunicación en general y de los diarios aquí estudiados en particular. La singularidad de los eventos críticos es que invitan a una definición colectiva o a una redefinición de un problema social, pues los distintos actores involucrados "compiten por asignar un significado al tema evocado" (p. 59).

Tanto *Ámbito Financiero* como *El Cronista Comercial* trataron la LSCA como un "evento crítico" cuya noticiabilidad e interés periodístico iba de suyo: "era un tema importante porque era un tema político importante y porque tenía relevancia para el sector empresario" (Ismael, 2016). En este sentido, cada uno de los diarios tuvo un periodista asignado al debate legislativo. Otros periodistas, así como los editores de 'Política', también participaron de los momentos más álgidos del debate en el Congreso. En las áreas de 'Economía' y en la de 'Negocios', en cambio, la cobertura no fue sistemática y permanente, de modo que no hubo cronistas especialmente asignados al seguimiento del caso.

La noticiabilidad indiscutida de la LSCA no fue homogénea para todas las aristas del proceso, según se desprende de las entrevistas. En efecto, ninguno de los dos periódicos

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

cubrió el debate público que se llevó a cabo entre marzo y julio de 2009 en los Foros Participativos de Consulta Pública, más allá de alguna referencia aislada. La explicación de los entrevistados de ambos diarios al respecto se basó en dos argumentos: el escaso interés periodístico que los Foros revestían para estas instituciones periodísticas, teniendo en cuenta el público lector, y el alto presupuesto que habrían necesitado para enviar cronistas a los distintos puntos del país en los cuales se organizaron los encuentros:

> Yo creo que no les interesaba. Además, tenés que tener mucha guita para cubrir durante un año un debate. No creo que *El Cronista* tuviera ganas de dedicar parte de sus recursos importantes a un debate que todavía ni siquiera se sabía si iba a ser una ley o si era una amenaza (Ismael, 2016).

> La sociedad civil estaba metida, todo se movía. Pero el lector de *Ámbito* se quiere levantar y ver si le conviene invertir en Boden y lee el dato, la nota más dura. Lo que decía la 'asociación de no sé cuánto' de Entre Ríos, que fue al foro y participó, no le interesa. El diario no le daba relevancia periodística. Si yo llevaba eso, me decían "no, tráeme una nota 'dura' de política". No por desmerecerlo, pero no era de interés periodístico del diario. Con un montón de temas pasa: con temas educativos, con temas de derechos humanos… (Esteban, 2016).

> Hay algo que es clave y que es que la estructura del diario [*El Cronista*] es chica. En 'Política' fuimos siempre cuatro redactores y dos editores (…) Entre que la estructura de la sección es pequeña y que no te dan bola muchas veces a temas que no se cruzan netamente con la economía, era muy difícil plantear la cobertura de un foro en Ushuaia sobre un proyecto que todavía ni siquiera había entrado al Congreso. Porque no estaban los recursos, porque seguramente a mí me tendrían haciendo algún otro tema, pero también porque en ese momento la línea editorial del diario no lo consideraba (Natalia, 2016).

De las declaraciones de los entrevistados se desprende, entonces, que el interés periodístico que la LSCA y sus distintas dimensiones cobraron para los diarios fue producto de factores editoriales, condiciones económicas y —coherente con ello— consideraciones profesionales subordinadas a los primeros dos aspectos.

La segunda función desempeñada por el *gatekeeping* según De George (1981) alude al espacio que se les asigna a los temas, así como a los titulares y a su ubicación. Según los entrevistados, la última palabra sobre estas cuestiones es de los editores. Ellos son quienes diseñan cómo se organizan las secciones, qué espacio se le asigna a cada tema dentro de las páginas con las que disponen[165], cuál será el título y qué notas alcanzarán un lugar en la portada. Entre los criterios que se toman en consideración, se hace hincapié en las actitudes profesionales y en las características del medio. Por caso, aunque formalmente el titulado está a cargo de los editores, muchas veces los redactores envían o cargan —según estén trabajando fuera o dentro del diario— notas con títulos sugeridos:

> En mis páginas no solo escribo las notas: hago los epígrafes, pongo los títulos, diagramo, pongo destacados, y si antes de irme me dicen "haceme un texto para la tapa", también lo hago. Y lo hago porque me gusta el trabajo, ni lo pienso. Después, por ahí te cambian un título, pero no te tocan la nota (…) El trabajo del periodista no

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

lo tocan (Esteban, 2016).

> Si yo escribo en el diario, como estoy escribiendo adentro del sistema, puedo titular, copetear, todo. Si escribo desde afuera, mando el texto plano, así que podría decir que en un 50% titulo yo y en un 50%, el editor. Cuando titulo lo hago porque es mi nota y quiero que esté titulada de esta forma. Si alguna vez hay que cambiar algo, el editor te dice "che, mirá, pongo esto en vez de esto otro" y habrá o no discusión, pero en general no hay mayor problema (Natalia, 2016).

Las consideraciones de redactores y editores son coincidentes respecto de la práctica de titulado de las notas: los títulos son el resultado de la labor conjunta de periodistas y editores, aunque la responsabilidad última recae sobre estos últimos:

> En general, yo les pido a los periodistas que pongan un título sugerido que encaje en la página, que te la entreguen toda subtitulada. Y después yo la agarro y hago lo que me parezca (…) Nosotros tenemos un estilo de titular que a veces es un poco particular, es algo que nos gusta mantener, porque forma parte de la identidad del diario y eso tratamos de cuidarlo (Roberto, 2016).

> En *El Cronista* ellos [los redactores] titulaban sus notas a modo de sugerencia, porque en el diario existía esa cultura. Después, si yo tenía que cambiar algo, lo cambiaba. Pero las notas las titulaban ellos (Ismael, 2016).

Por otra parte, la decisión acerca de si incluir o no la propia firma en las notas recae por completo sobre los periodistas. La firma funciona como un mecanismo de doble legitimación: el periodista respalda la información y el análisis que incluye en sus notas al tiempo que se valida a sí mismo reconociendo como propios esos contenidos originales. En palabras de uno de los entrevistados: "Yo cuido mi firma. Me gusta que mi firma esté asociada a algo que tenga profundidad. Firmo cuando escribo yo, cuando analizo lo que pasa" (Fabio, 2016). Otro periodista sostiene que "Si estuve todo el día en el Congreso y hable con todos, firmo porque tengo información propia que no sale en la cablera, entonces defiendo el dato" (Esteban, 2016).

A la inversa, la firma no se incluye cuando la información no ha sido obtenida por quien redacta el artículo y se reproducen cables de agencias de prensa: "si hacés la nota por teléfono y 'picando' un cable[166], no firmás porque no es información tuya" (Esteban, 2016). Ello ocurre con frecuencia en diarios pequeños como *Ámbito* y *El Cronista*, donde los periodistas se abocan a un tema y no alcanzan a cubrir todo el espacio disponible para la sección: "Cuando tenés las páginas peladas de la edición, sin publicidad, y tenés que llenar cuatro páginas con cuatro personas, se complica. Y muchas veces pasa que picás cables y no firmás" (Natalia, 2016).

La tercera función del proceso de *gatekeeping* que señala De George (1981) refiere a la importancia que los medios les dan a los *issues* o el género periodístico con el que se los aborda. Ambas variables serán estudiadas en profundidad en el próximo capítulo, abocado al análisis de contenido de los textos. No obstante, de la información surgida de las entrevistas se desprende el protagonismo de las crónicas parlamentarias que se

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

publican en la sección de ‘Economía & Política’ de ambos diarios.

En el caso de *El Cronista*, el editor de ‘Política’ tiene a su cargo la sección ‘Opinión’, adonde incluye con frecuencia artículos de uno o dos columnistas externos sobre los temas políticos de relevancia como la LSCA. Parte de esas notas son solicitadas por el diario o provistas por colaboradores estables y un menor número son enviadas por personalidades políticas. Es una práctica frecuente del diario la de publicar columnas a pedido de distintas personas del ámbito político que solicitan que su punto de vista sobre cierto tema sea incluido en la sección ‘Opinión’. El criterio utilizado para la selección de notas que se publican en una misma edición y aluden al mismo tema, suele ser que presenten opiniones divergentes.

Ámbito no tiene una sección de opinión separada del resto. La imbricación de la información y la opinión, muchas veces en una misma nota, es un rasgo propio de la línea editorial del diario. En este sentido, presenta similitudes con el estilo periodístico económico financiero británico del que hablan Coca & Diezhandino (1991). Este se caracteriza por la usual mezcla de datos, análisis, rumores y predicciones, expresados en un lenguaje coloquial.

Una última variable del proceso de *gatekeeping* que se considera relevante señalar es el tipo de tema del que trata la cobertura. Weaver y Elliot (1985) advierten que el filtro que ejercen los medios en esta dimensión es mayor en los temas sociales y recreativos que en los temas políticos y económicos. Esto sucede, de acuerdo con estos investigadores,

> debido a una serie de rutinas profesionales que se aplican a las informaciones económicas, tales como la confianza en las fuentes oficiales, la ausencia de otras fuentes, la presión del tiempo (…), o el valor periodístico que da prioridad al conflicto y a la controversia (Sádaba, 2008, p. 82).

En relación con la cobertura de temas políticos, el investigador norteamericano Walter Bennett (1996) apunta que allí suelen operar una serie de normas tales como la de recurrir a fuentes oficiales[167] o autorizadas, hacer hincapié en el desacuerdo entre fuentes oficiales —por caso, entre el Gobierno y la oposición— y lo que este autor denomina “seguir los rastros del poder” (p.378); es decir, acudir en busca de información a quienes el periodista considera como poder político.

La cuestión de la relación entre periodistas y fuentes merece especial consideración por su importancia en el ejercicio de la labor periodística. En este sentido, uno de los objetivos específicos de esta Tesis se propone rastrear el crédito que dichas fuentes adquieren en el tratamiento del caso analizado. Sobre este punto se propone profundizar el próximo apartado.

Periodistas y fuentes

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El concepto de fuente remite a la idea de origen, surgimiento, causa primera (Fontcuberta & Borrat, 2006). Se trata de una noción de carácter relacional, pues refiere a cierto tipo de acciones que un actor desempeña en relación con otro en un momento dado. Cualquier actor social, ya sea individual o colectivo, puede encarnar eventualmente ese rol para otro actor en un proceso comunicativo (Borrat, 1989). En el trabajo de elaboración periodística, fuentes y *gatekeepers* traban una relación de mutuo beneficio: las fuentes acceden a cierto *target* de público a través de los medios y los *gatekeepers* toman contacto con individuos o grupos capaces de proveerle información publicable (Shoemaker & Reese, 1996).

Desde la perspectiva del *Framing*, el tratamiento que los medios hacen de los asuntos involucra dos planos de acción relacionados, que funcionan como las dos caras de una misma moneda. El primero supone una actitud consciente por parte de los periodistas en la elección y jerarquización de los temas y de las fuentes que representan las principales opiniones alrededor de un asunto. El segundo plano alude a una serie de principios de carácter inconsciente que, arraigados en la cultura, subyacen a la actividad periodística y que los profesionales ponen en juego a la hora de elaborar las noticias y acudir a diversas fuentes con el objetivo de volver asequible la información.

Ambos tipos de criterios —conscientes e inconscientes—funcionan articuladamente en la identificación y consulta de las fuentes consideradas relevantes en cada caso. A partir de lo dicho, se asume que los periodistas otorgan crédito o "*standing*" (Ferree *et al.*, 2002) a cierto tipo de actores fundados en sus percepciones acerca de quiénes son los jugadores clave del asunto en cuestión. Por *standing* se entiende aquí a la capacidad de un actor social —individual o colectivo— de tener voz en los medios de comunicación. Es decir, de hacer oír sus argumentos sin ser desacreditado[168].

Las decisiones acerca del reconocimiento de los actores relevantes sobre un tema están relacionadas, para Ferree *et al.* (2002) con tres tipos de factores: asunciones institucionales y culturales que hacen al contexto político y social, normas y prácticas características del ejercicio del periodismo y rasgos propios de los actores identificados como fuentes. En términos empíricos, es el periodista quien les otorga a ciertos actores la oportunidad de constituirse en agentes o portavoces de determinadas visiones de los hechos noticiosos y de influir, así, en la construcción mediática y social que se hace de ellos.

Los rasgos propios de las instituciones estatales y de la sociedad civil privilegian ciertos actores como voces relevantes para expresarse acerca de determinados asuntos, al tiempo que desestiman a otros. Al garantizarles *standing* a algunos actores, periodistas y medios responden a un conjunto de expectativas sociales y no solo a las necesidades específicas de los medios (Ferree *et al.*, 2002). Por lo general, estas normas aparecen naturalizadas en los testimonios de los periodistas como parte de su trabajo.

Las rutinas de producción de las noticias, el conjunto de normas implícitas y

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

explícitas que rigen esa labor y las características propias del medio también desempeñan un rol en el nivel de *standing* que se les asigna a cierto tipo de actores. Así, los periodistas interactúan con aquellas fuentes potenciales y entablan relaciones más estrechas con algunas de ellas y no con otras (Wolf, 1987). En los temas controversiales, las fuentes son usualmente seleccionadas porque son vistas como representativas de las perspectivas en disputa. En este punto, el *standing* implica un juicio periodístico acerca de cuáles son los actores con capacidad de influir en el desarrollo de los hechos (Ferree *et al.*, 2002).

Las diferencias en el *standing* que obtienen los actores individuales o colectivos pueden verse influidas por ciertos rasgos internos de dichos actores, así como por actividades concretas que estos lleven a cabo para cultivar sus relaciones con periodistas y medios. Sus estrategias comunicacionales y la habilidad con que las implementan también pueden colaborar en la obtención de *standing*. Este aspecto ha sido indagado por investigaciones que analizaron los movimientos sociales (Gamson, 1992; Gitlin, 1986, 2003). Para estos, la entrada a los medios forma parte de una decisión racional en busca de visibilidad a fin de hacer públicas sus demandas y cosechar apoyo para sus objetivos. Esta una dimensión aborda el fenómeno desde la perspectiva de las prácticas de las fuentes y no del medio que las convoca. En este sentido, excede las preocupaciones de la presente Tesis, orientada a analizar el tratamiento mediático de la LSCA.

Más allá de las estrategias específicas que ciertos actores puedan desplegar, interesa resaltar que el accionar de las fuentes se caracteriza por un alto grado de intencionalidad. Como afirman Martini & Luchessi (2004, p. 144), “la puesta en público de hechos, opiniones e informes implica posicionamientos, agrupaciones, disociaciones y alineamientos en el centro del poder”. Es por esa razón que los periodistas se ven obligados a buscar, negociar, interpretar y constatar la credibilidad de las fuentes que les proveen información. Las relaciones de poder que se ponen en juego dejan un amplio margen para la manipulación de los datos (Aruguete, 2011b).

Esta compleja relación entre periodistas y fuentes de información es constitutiva de la producción noticiosa. En su labor cotidiana, los periodistas procuran conseguir y sostener el acceso a fuentes de información confiables, productivas, oportunas y creíbles (Gans, 2004), capaces de cubrir las necesidades informativas de la redacción. A partir de estos criterios, se les otorga *standing* en las coberturas.

La confiabilidad de las fuentes se mide en función de la cantidad de controles que requiere la información suministrada para su publicación. Por lo general, las fuentes institucionales, que son las más estables, adquieren fiabilidad con el tiempo. La productividad, por su parte, se refiere a la capacidad de proveer materiales suficientes para la elaboración de las noticias a un bajo costo en un lapso corto de tiempo. Si la cantidad de información es adecuada, no se requiere acudir a demasiadas fuentes para conseguir los elementos necesarios. La oportunidad alude a que las fuentes que han provisto materiales fiables con anterioridad tienen más chances de volver a ser consultadas, hasta convertirse

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

en fuentes regulares (Wolf, 1987). Por último, la credibilidad sustituye a la fiabilidad en aquellos casos en que las fuentes no son estables y son desconocidas. El periodista se basa entonces en la honestidad que observa en la fuente. Por lo general, aplica criterios que utilizan en la vida cotidiana y tienden a atribuir mayor fiabilidad a las personas que considera más parecidas a él (Gans, 2004).

Otro elemento de relevancia para el acceso a las fuentes es el factor de autoridad. Aquello que un actor oficial o situado en una posición institucional de autoridad tiene para decir reviste noticiabilidad[169] *per se*, independientemente de su contenido (Wolf, 1987). La autoridad refuerza las cuatro condiciones anteriores: una fuente oficial se presupone, por lo general, confiable, productiva, oportuna y creíble.

De lo dicho se desprende que "no son todas iguales ni todas igualmente importantes, de la misma manera que el acceso a ellas por parte de los periodistas no está uniformemente distribuido" (Wolf, 1987, p. 255). En efecto, distintos estudios han advertido que las fuentes oficiales o pertenecientes al Gobierno y a la administración pública suelen obtener *standing* con mayor facilidad. Así, juegan un papel decisivo en la definición de los temas políticos que se debaten en un momento dado y, en última instancia, en las formas que cobran los mensajes de los medios, dado que participan en el proceso de producción de noticias (Schlesinger, 1992).

> Quienes detentan poder económico o político pueden obtener fácilmente acceso a los periodistas y son accesibles para los mismos; aquellos que no tienen poder son de más difícil acceso para los periodistas y no son buscados por ellos mientras sus acciones no produzcan acontecimientos noticiables por su carácter moral o socialmente negativo (Gans, 2004, p. 81 traducción propia).

Una de las explicaciones de este usual predominio de las voces oficiales en las rutinas productivas de los medios radica, para Bennett (1990) en las relaciones "transaccionales" y "simbióticas" que se forjan entre periodistas y funcionarios. "Estas interacciones diarias mejoran el margen de los funcionarios para producir noticias a la vez que habilita a los periodistas a llenar el 'hueco noticioso' diario con un suministro estable de material económico y bien producido" (p.103, traducción propia). Uno de los entrevistados se expresa en sintonía con esta idea:

> Yo por mis fuentes no dejo la vida, pero sé que vivo de ellas (…) Es el capital periodístico que tengo y lo cuido. Si bien trato de citarlas porque eso le da más fuerza a mi trabajo, lo que me importa es la información. De hecho, no me molesta que me 'operen'[170]. Lo que quiero es que me cuenten información. Si la información es operación, no hay problema, porque yo vivo de publicar información. Si a él le sirve y a mí también, está bien (Esteban, 2016).

En este punto, es preciso distinguir entre las fuentes consultadas por los periodistas en sus notas y las fuentes efectivamente citadas. Como sostiene Alsina (1993), "en

principio las fuentes mencionadas son también fuentes utilizadas, pero no todas las fuentes utilizadas son mencionadas. Es decir, nos encontramos en dos niveles distintos, uno el de la producción y el otro el de la manifestación" (p. 22). Mientras este último es relevado en la instancia de análisis del contenido publicado, el primero puede ser abordado a partir de la indagación en la fase de elaboración de las noticias.

El denominado *off the record* (fuera de registro) es uno de los mecanismos a los que recurren periodistas y fuentes para obtener y brindar información. A la vez, funciona como modo de cultivar el vínculo entre ambos. Aunque los datos obtenidos por esta vía se consideran 'no publicables' salvo que puedan contrastarse con otras fuentes que se expresen de modo *on the record* o no restringido (Amado, 2010), se trata de una modalidad frecuentemente utilizada para la cobertura de temas políticos.

La información confidencial suele provenir de fuentes oficiales o cercanas a ellas (Martini, 2000). A menudo, la difusión de ciertos datos de modo reservado por parte de estos actores les reporta algún tipo de beneficio para sus objetivos, más allá de que no obtengan *standing* en la superficie mediática. Al no ser identificadas, no se las reconoce como voces legítimas para expresarse sobre la cuestión relatada.

De los diarios analizados aquí, es en *Ámbito Financiero* donde el uso de información *off the record* es una práctica más arraigada, pues la mención de las fuentes está explícitamente subordinada a la obtención de información considerada de valor y a las interpretaciones que la acompañan: "El diario es más subjetivo, más opinado. No hay una línea informativa que nos diga que tiene que haber tres fuentes. Tengo que conseguir fuentes, por supuesto, pero lo más importante es la información" (Esteban, 2016).

> Por el tipo de información política que manejo, por las coberturas y por los temas, yo suelo decir que 'vivo en *off* [*the record*]'. Porque lo importante es la información y esa es la posibilidad de tener información más "cruda", digamos (Pedro, 2016).

Los entrevistados de *El Cronista Comercial* también mencionan que muchas veces la información es obtenida de modo confidencial. No obstante, algunos de los periodistas hacen mayor hincapié en la importancia del citado de fuentes a fin de reforzar la veracidad de la información que se publica y evitar, además, posteriores desmentidas que puedan perjudicar la credibilidad de su trabajo: "Cuando tengo información en *off*, trato de conseguir fuentes en *on* para confirmarla. Y si no, aun publicando en *off*, trato de identificar lo mejor posible de dónde viene la información" (Natalia, 2016). La misma entrevistada recuerda, incluso, que durante la cobertura analizada aquí obtuvo una primicia que acabó por relativizar por no haber podido confirmarla de modo no restringido:

> Hubo una sola vez [durante la cobertura de la LSCA], cuando confirmo que van a sacar a las [empresas] telefónicas del proyecto de ley, que yo escribo que las van a sacar por unos meses, como posponiendo la entrada, y finalmente el proyecto sale sin las telefónicas (…) Recuerdo haber intentado tener tres fuentes en on porque era

> algo que el oficialismo había resistido durante mucho tiempo, que [el diputado Fernando] “Pino” Solanas había pedido insistentemente (Natalia, 2016).

Otro integrante del mismo periódico, en cambio, le resta importancia al citado de fuentes, pues relaciona el valor de la información obtenida con la firma del periodista autor de la noticia. En otras palabras, el respaldo de dicha información es el nombre del profesional que ha sido capaz de conseguirla más que las fuentes de donde ésta proviene:

> Cuando un periodista escribe, la única fuente es la firma del periodista. Uno cita fuentes porque es necesario para escribir la historia, pero la fuente que nosotros consideramos, que es la que vale, es la firma del periodista. Si un periodista tiene una noticia y no la quiere firmar, quiere decir que no es verdad, que no tiene seguridad. Si un periodista pone su firma en una historia, quiere decir que la corroboró, que tiene confianza en sus fuentes, que sabe cómo se construyó y la puede respaldar. No importa si cita la fuente, porque el lector de diarios lee al periodista (Fabio, 2016).

En efecto, la publicación de información y de interpretaciones o análisis transmitidos por fuentes *off the record* implica un mayor grado de responsabilidad del profesional que decide incorporar este tipo de testimonios a sus notas. Por esa razón, cuando se acude a fuentes en este tipo de registro se procura que sean confiables o creíbles y, aun así, se procede a confrontar su aporte con el de otros actores. En palabras de dos de los entrevistados,

> Uno sabe en quién confiar, va construyendo un vínculo. Y si uno te miente una vez, ya queda en ese esquema. Además, la información en off también se chequea y rechequea en off para ver qué está sobrevaluado o sobre interpretado por el involucrado (Pedro, 2016).

> … el off lo tenés que chequear también, porque el off es un riesgo. Si publicás un off y no chequeás, ahí no estás trabajando para el lector ni para el diario sino para la persona que está operando (Esteban, 2016).

En este contexto, el carácter oficial de las fuentes *off the record* les provee un reaseguro a los periodistas. Si bien la información precisa ser cotejada por otras vías, se parte de la premisa de que el rol institucional que estas fuentes desempeñan y la necesidad de establecer un vínculo estable con los periodistas suponen para ellas un compromiso con los datos que proporcionan.

Las rutinas de cobertura de las políticas públicas están condicionadas por aquel fenómeno que Bennett denominó “*indexing*”[171] (1990, 1996, 2012): la selección de noticias y puntos de vista en función del balance de poder que los periodistas perciben como más proclives a afectar los resultados de una decisión relativa a la política pública. “Incluso en las coberturas noticiosas rutinarias (…) los periodistas cuentan historias acerca de los personajes involucrados en las disputas de poder y si estos parecen ir ganando o perdiendo la batalla” (Bennett, 2012, p. 38).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

La interpretación que buena parte de los entrevistados hizo del debate y la sanción de la LSCA es coherente con el planteo de Bennett (2012) respecto de la controversia entre los distintos actores oficiales como foco central de la cobertura:

> [La LSCA] era una guerra Clarín-Gobierno en el Congreso, entre diputados y senadores, y el diario quería ver en qué terminaba (…) [En la cobertura] nosotros somos como un director de cine que tiene que mantener el interés periodístico: contamos si se cae un voto, si se vuelve a atrás y no se cae, si alguien se enferma y no puede ir a votar. En fin, magnificamos (Esteban, 2016).

Las palabras del periodista de *Ámbito Financiero* sugieren una caracterización de la LSCA como una disputa de intereses políticos y económicos que promovió un tipo de enfoque desde el cual interpretar periodísticamente el asunto. Incluye, además, una reflexión acerca de la propia práctica, al reconocer una tendencia a la exacerbación de la controversia como un recurso para sostener la tensión dramática del relato noticioso.

En relación con lo anterior, de los testimonios de periodistas y editores se desprende que la relevancia que estos les asignan a los funcionarios públicos en el tratamiento de la LSCA no se limita únicamente a su consideración como fuentes privilegiadas de la información sino que se extiende también a su contemplación como actores protagonistas de las noticias. Esa centralidad se expresa en dos pautas de tratamiento de la información: en primer lugar, la atención se focaliza en la arena[172] legislativa y la del Poder Ejecutivo como ámbitos privilegiados de la acción. En segundo término, dentro de esos espacios se resalta el rol de ciertos actores individuales en el desenvolvimiento de los hechos alrededor de la LSCA.

Los ámbitos priorizados en las coberturas son los oficiales. Cuando la atención de los periodistas se amplía hacia otro tipo de actores, por lo general ello sucede como parte de las derivaciones políticas que desencadenan los debates parlamentarios o las acciones de Gobierno. A este aspecto se aludió más arriba, cuando se afirmó que no todas las aristas de la LSCA habían sido abordadas con igual profundidad por los diarios en función de razones editoriales, condicionantes económicas y criterios profesionales.

Por otra parte, dentro de los ámbitos oficiales cobra mayor relevancia el comportamiento de algunos actores individuales; entre otros, el ex Presidente Néstor Kirchner[173], el secretario de Comercio Guillermo Moreno, el interventor del COMFER Gabriel Mariotto y un pequeño número de legisladores de ambas cámaras, tanto del oficialismo como de distintos partidos de la oposición. Ello responde, en parte, a la labor productiva de la información, que lleva a prestar especial atención a ciertas figuras en detrimento del contenido de las ideas que se debaten. En sintonía con ello, García Beaudoux, D'Adamo, Slavinsky, & Rosenbach (2005) sostienen que

> Si se considera la enorme cantidad y diversidad de acontecimientos que suceden cada día y que los medios deben transformar en 'unidades de información'

> publicables en cortos lapsos, esa propia rutina productiva conduce a que el tratamiento de los temas se vuelva más sencillo si se trabaja sobre el "personaje" más que sobre la "idea" (García Beaudoux *et al.*, 2005, p. 5).

Estas pautas de tratamiento de la información son coherentes, además, con la interpretación que buena parte de los periodistas y editores entrevistados hace del proceso político que culminó en la aprobación de la LSCA: en síntesis, una sucesión de disputas de poder, algunas de ellas con saldo favorable y otras perniciosas para los líderes del Gobierno.

Entre ellas, mencionan 'la derrota de la 125', en alusión al conflicto desatado en 2008, y la controversia desencadenada posteriormente con el Grupo Clarín[174]:

> Desde el punto de vista político, la llamada 'Ley de Medios' era un inicio de crisis entre el Gobierno y Clarín, un elemento promovido desde el Gobierno después de una derrota a la que se sumó una segunda derrota después: la derrota por el conflicto de la 125 —derrota en términos legislativos porque no logró validarla y generó una crisis también en la alianza del poder— y la derrota electoral de junio de 2009. El Gobierno, y puntualmente Néstor Kirchner, toma una serie de elementos para encarar para adelante, para decir "estoy vivo, yo no me entrego, avanzo con esto" (Pedro, 2016).

En ese contexto, y aun cuando se destaca el alto nivel de debate público que tuvo la iniciativa regulatoria (varios entrevistados la califican como la norma más debatida de las que recuerdan), se tiende a atribuir el proyecto de ley a la intención de los actores gubernamentales de mellar el poder del Grupo Clarín: "El proyecto [de ley de SCA] lo pone en circulación el Gobierno de Cristina Kirchner cuando se pelea con el Grupo Clarín. Porque si no se peleaba con el Grupo Clarín, no había ley. Esa es la razón política" (Iván, 2016).

Otro de los entrevistados personaliza incluso en uno de los funcionarios del PEN dicha intención, que fue —según su testimonio— explícitamente transmitida por él y acompañada por el resto del Gobierno nacional:

> Moreno y el resto del Gobierno siempre nos dejaron en claro que la 'Ley de Medios' era básicamente una guerra a muerte contra el Grupo Clarín y que ellos jugaban en eso la subsistencia del Gobierno. Así que nosotros entendimos de entrada que la cosa venía por ahí (Fausto, 2016).

En línea con lo anterior, la mirada retrospectiva que buena parte de los entrevistados tiene del proceso analizado interpreta las dificultades en la aplicación de la LSCA luego de 2009 como consecuencia de que la intención deliberada de dañar al *holding* Clarín primó para el Gobierno por sobre el resto de los objetivos de la norma, tal como la desconcentración de la propiedad de los medios audiovisuales o la inclusión de nuevos actores sociales al sistema. No obstante, ello no se corresponde necesariamente con una mirada positiva hacia los contenidos de la LSCA.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El análisis de los testimonios de periodistas y editores de *Ámbito Financiero* y de *El Cronista Comercial* arroja que todos ellos identifican en el texto de la LSCA una complejidad técnica difícil de desentrañar sin ser especialista en el tema. En ese contexto, los puntos más aludidos para caracterizar la norma se relacionan con algunos de los aspectos desarrollados en el **Capítulo 2**[175] de esta Tesis, en el marco de los valores del 'interés público' protegidos por la LSCA: las disposiciones orientadas a limitar la concentración de la propiedad, los artículos destinados a estimular la producción local y la reserva de un tercio del espectro radioeléctrico para licencias sin fines de lucro, entre los más importantes.

No obstante, no puede afirmarse que periodistas y editores tengan posturas consonantes (Eilders, 2000)[176] como producto de sus evaluaciones de la LSCA. Muy por el contrario, las opiniones son variadas, incluso, al interior de un mismo periódico. Por caso, uno de los puntos que más mencionan es aquel que refiere a la sustentabilidad del sistema de medios. Algunos consideran que la limitación de la concentración afecta la seguridad jurídica de las empresas, en tanto avanza sobre derechos adquiridos anteriormente, durante la vigencia de la Ley de Radiodifusión:

> [La LSCA] tendría que haber hecho que se respetaran los plazos de vencimiento de las licencias antes de desconcentrar. Esa parte es muy cuestionable porque se afectaba un derecho adquirido, se acortaba la validez de una posesión que estaba vigente (Ismael, 2016).

Otros, por su parte, ven en este aspecto una medida saludable para fomentar la competencia entre los jugadores del mercado:

> La Ley de Medios tiene muchos aspectos rescatables. Uno de ellos, básicamente el tema central de la ley, es la cuestión de ponerle un punto final a un proceso que había sido aberrante de concentración y que afectaba enormemente a los [medios o grupos de medios] más chicos (Roberto, 2016).

Las opiniones que los integrantes de los diarios expresan respecto de la LSCA no son ajenas a los argumentos sostenidos por las fuentes y los actores que protagonizan las coberturas; más bien, se definen de modo relacional a partir de los puntos de acuerdo y/o desacuerdo con estos. Ello no debe conducir a sostener, sin embargo, que los criterios utilizados por los periodistas para caracterizar una medida de política pública provengan únicamente de los círculos oficiales, como se sostendría desde la hipótesis del *Indexing* (Amadeo, 2008), ni que estas opiniones se transfieran a los contenidos publicados sin más.

En contraste, lo que se ha buscado en este apartado es dar cuenta de la cantidad y complejidad de los elementos que intervienen en la relación entre periodistas y fuentes de información desde el punto de vista de la producción de las noticias. Todas ellas influyen de distintos modos en los contenidos que los diarios publican y su influencia no es

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

homogénea en cada caso ni en cada nota. Por esa razón, se sostiene aquí que ninguno de estos factores es suficiente para explicar cómo se configuran las coberturas y cuáles son sus encuadres predominantes aunque, sin embargo, todos ellos son necesarios para interpretarlas.

3.6. Conclusiones del capítulo

El objetivo de este capítulo ha sido describir los diarios cuyas coberturas se pretende analizar. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* constituyen las unidades de contexto de esta investigación, es decir, delimitan la información imprescindible para interpretar con profundidad las unidades de muestreo y de registro en el análisis de contenido (Colle, 2011). El contexto es entendido aquí en un sentido más amplio que el considerado los trabajos clásicos del análisis de contenido (Bardin, 2002; Holsti, 1969; Krippendorff, 1990), pues incluye rasgos de carácter macro, meso y micro (Brüggemann, 2014).

La prensa gráfica especializada en economía y finanzas constituye un sector reducido dentro de una rama de las industrias culturales. Como tal, no ha escapado al fenómeno de contracción que se ha venido produciendo en la Argentina y en el resto del mundo durante las últimas décadas. Aún así, su relevancia no puede ser subestimada, habida cuenta de su nivel de facturación y del rol histórico que ha ejercido en el debate público en la Argentina.

Los periódicos son considerados aquí actores políticos con intereses particulares y legítimos que despliegan como partícipes activos en el desarrollo del proceso político. Este rol se combina con su capacidad de incidir en la formación de la opinión pública, así como en el tipo de conocimiento que las personas tienen del ambiente que los rodea y al que no tienen acceso de modo directo. En efecto, el análisis de su actuación y de sus mensajes no puede ser escindido de estas características constitutivas de las instituciones mediáticas.

A diferencia de la prensa generalista, *El Cronista Comercial* y *Ámbito Financiero* son editados de lunes a viernes —días de operación de los mercados— y cuentan con un sistema de suscripción que complementa las ventas en kioscos de diarios, colaborando en su financiamiento. Ambos diarios cuentan con una larga tradición en el campo periodístico argentino. El primero, nacido a principios del siglo XX, fue el único periódico en el rubro hasta 1976, cuando nació su competidor al calor de la ebullición financiera y la especulación. Rápidamente, *Ámbito* superó a *El Cronista* gracias al olfato que tuvo para percibir el interés del público en la información financiera.

En un intento por establecer líneas de contacto entre la prensa económica argentina y la internacional en la cual esta se inspiró, es posible rastrear en *El Cronista* rasgos propios del modelo estadounidense, caracterizado por una mayor claridad en la separación de la información y el género argumentativo. En cambio, *Ámbito* ha tendido siempre a

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

mezclar la información con el análisis, los comentarios y las predicciones, además de un mayor uso del *off the record*. Ello lo coloca más cerca del modelo británico, según la caracterización de Coca & Diezhandino (1991). No obstante, con los años, ambos se han nutrido de recursos gráficos y periodísticos incorporados a partir de las experiencias de sus pares europeos y estadounidenses.

El proceso de debate y la sanción de la LSCA fueron recibidos de distinto modo desde el punto de vista editorial en uno y en otro periódico. En *Ámbito Financiero*, la iniciativa recogía —en parte— un reclamo histórico de Julio Ramos respecto de la progresiva concentración de la propiedad de los medios, con el Grupo Clarín como principal beneficiario. No obstante, dicho reclamo se fundaba en la concepción última de un mercado de medios abierto, de libre competencia y con reglas antimonopólicas, más que en una subordinación de los aspectos económicos a valores propios del bienestar político o sociocultural, como proponía la LSCA. En cierto sentido, el diario se reconocía a sí mismo como observador de una controversia política que no le era propia, aunque lo involucraba indirectamente. Así, el interés periodístico parece haberse centrado en establecer quién aventajaba a quién en la disputa por la aprobación de la nueva norma que se llevaba a cabo en la arena legislativa y en la ejecutiva.

En *El Cronista Comercial*, la situación era distinta y —solo en apariencia— más homogénea. El propietario del diario era un dirigente de la oposición política al Gobierno nacional y públicamente crítico del proyecto de ley de SCA. Este punto resultaba evidente para todos los trabajadores del medio, más allá de su postura individual respecto de la iniciativa regulatoria o de la cobertura periodística que se hiciera de ella. No obstante, ninguno de los entrevistados identificó en ello una restricción para su labor periodística: la postura institucional, representada fundamentalmente por las palabras de su director, se plasmaba en los editoriales. En el resto del diario —salvo en la sección ‘Opinión’, para la cual se convocaban los aportes de columnistas externos— se priorizaba la información proveniente de sectores oficiales y círculos empresarios y las interpretaciones variadas respecto de la norma.

La apretada síntesis de lo que podría resumirse como la mirada institucional que las empresas periodísticas desarrollaron hacia la LSCA, no obsta que haya habido tensiones y opiniones discordantes al interior de cada medio. De hecho, las hubo: de los testimonios se desprende que no todos desarrollaron la misma postura ante el proceso. Aun así, se observan algunas regularidades en la cobertura que se hizo del mismo: la centralidad de los actores oficiales, ya sea como fuentes o como actores protagonistas de la acción relatada, la jerarquización de las arenas legislativa y ejecutiva por sobre los debates en la sociedad civil y la relevancia de la controversia como eje central de las noticias son algunos de los elementos hallados en este sentido.

Los datos sistematizados en este capítulo surgen del análisis de fuentes secundarias y de entrevistas en profundidad a miembros que ocupan u ocuparon diversos cargos en los

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

periódicos. En cuanto a las entrevistas, es preciso hacer dos aclaraciones. En primer término, estas han aportado dos tipos de datos: los que han servido para conocer cuestiones a las que no se pudo acceder a través de otro tipo de fuentes —como la organización interna de las redacciones o algunos datos de su historia— y los que permitieron dar cuenta de las impresiones de periodistas y editores respecto de aspectos propios de la labor periodística en general y de la cobertura de la LSCA en particular.

La segunda aclaración se relaciona con el segundo tipo de datos. No se desconoce aquí que la entrevista es una instancia mediada. En este sentido, la información que proveyeron los periodistas no debe apreciarse en términos de verdad o falsedad sino como la verbalización que hace un individuo en sociedad, quien desempeña un rol determinado en una institución (Alonso, 1998). Por eso, se ha intentado contextualizar sus relatos atendiendo al alto grado de subjetividad que involucra este tipo de técnica. El hecho de que la identidad de los autores de los testimonios citados sea reservada, refuerza el carácter subjetivo e individual de las opiniones.

Los datos aquí sistematizados funcionarán como insumos para la elaboración del libro de códigos con el que se emprenderá el análisis de contenido. Este involucra razonamientos de tipo abductivo, inductivo y deductivo (Valdettaro, 2015). Ello porque este proceso parte de una intuición que orienta la mirada hacia una serie rasgos que se combinarán con aquellos datos que surgieron de la descripción de la LSCA como medida de política de comunicación y con los que emerjan de la aproximación inductiva a una muestra del corpus de notas periodísticas.

Desde la perspectiva sostenida en esta investigación, sería un error conceptual suponer que los contenidos noticiosos son un producto directo de las características del contexto, aunque este influya en su configuración. Más arriba se han argumentado las razones por las cuales debe desecharse la idea de los textos como mero reflejo de los hechos o de opiniones individuales, pues ello supondría una mirada instrumental de la comunicación que subestimaría, además, la densidad que caracteriza a los contenidos noticiosos y a las prácticas de producción periodística.

Sin descuidar el peligro de simplificación que entrañaría sostener una mirada determinista para el análisis de un objeto complejo como el propuesto en esta Tesis, se pretende que la multiplicidad de aspectos estudiados en este capítulo aporte también elementos de peso para una interpretación amplia de los hallazgos que surjan de análisis de contenido.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

4. El contenido noticioso

> …las representaciones (massmediáticas) no son 'inventos' de los medios, no surgen de la nada, sino que trabajan insertándose en estructuras de sentido pre-existentes, portadoras de una *densidad histórica* (…) y por eso mismo capaces de condensar sentidos con valencias pregnantes para la sociedad.
> María Graciela Rodríguez[177].

Introducción. ¿Por qué estudiar los textos?

Los medios de comunicación son actores cruciales en la vida de las sociedades contemporáneas. Mediante los asuntos que tratan, el lenguaje y los formatos que utilizan, transmiten a la vez que recrean valores, intereses y saberes compartidos por la comunidad en la que se desempeñan (Koziner, 2013b). Es por eso que su papel no puede ser reducido al de meros canales transmisores de una realidad externa y objetiva, pero tampoco amplificado hasta otorgarles la potestad de ser constructores absolutos de esa realidad (Rodrigo Alsina, 1993).

En el **Capítulo 3** se ha argumentado que los *mass media* son considerados aquí co-productores públicamente relevantes de la realidad social, en tanto contribuyen a configurar la textura general de la experiencia de las personas (Silverstone, 2004). Ciertamente, constituyen una dimensión fundamental de las prácticas sociales en virtud de su ubicuidad y de su cotidianidad, así como de la capacidad de conectar a las audiencias con hechos de su entorno que trascienden las propias vivencias (Fishman, 1983). Sus contenidos proveen marcos para el pensamiento y la acción. En otras palabras, los medios colaboran en la conformación de los "discursos públicos" acerca de los asuntos y actores relacionados con algún dominio específico de la política o, en un sentido más amplio, con el interés general y con una serie de valores relacionados con él. Estos discursos públicos incluyen no solo información y opiniones sino también imágenes, metáforas y símbolos de variado tipo (Ferree *et al.*, 2002).

Aunque los discursos públicos se producen también en otros ámbitos —el Congreso de la Nación, las distintas instancias judiciales, los espacios de intercambio académico, las dependencias de Gobierno, etc.—, los medios de comunicación tienen el poder de elaborar y transmitir masivamente sentidos sobre dichos ámbitos a la vez que sobre sí mismos. Ello les otorga un poder que el resto de los actores del sistema político le reconocen y retroalimentan (Ferree *et al.*, 2002).

Como actores políticos con intereses particulares y legítimos (Borrat, 1989), los medios elaboran representaciones de la sociedad en cuyo espacio intervienen (Kircher, 2005). Estas se plasman en los modos en que seleccionan, organizan y le dan sentido a los acontecimientos que convierten en noticias. Desde este enfoque, es posible comprender a los encuadres noticiosos de los textos como huellas del ejercicio del poder;

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

es decir, de la variedad de intereses que pugnan por dominar el sentido del texto (Entman, 1993).

Como se mencionó en la Introducción de esta Tesis, la perspectiva del *Framing* comprende el proceso de la comunicación masiva de manera integral. Ello implica atender tanto a la instancia de elaboración y tratamiento de la información, como al contenido de los textos noticiosos, a los receptores de dichas noticias y a la cultura, donde existe un repertorio compartido de patrones de cognición, percepción e interpretación que provee el vínculo entre la producción y la recepción de las noticias (Aruguete & Koziner, 2014). Desde esa postura epistemológica, el *Framing* aporta herramientas conceptuales para analizar el tratamiento mediático de eventos noticiosos relevantes para el funcionamiento del sistema político que los propios medios integran.

En los capítulos anteriores se procuró abordar distintas dimensiones del objeto de estudio a fin de proveer una descripción profunda que siente las bases para un análisis contextuado (Arrueta, 2010): en el segundo capítulo se describió y conceptualizó el proceso político que culminó en la aprobación de la LSCA. De allí se recogen, además, herramientas teóricas que se proponen como insumo para la elaboración de los encuadres que se rastrearán en la cobertura del caso. En el tercer capítulo, se analizaron los rasgos más salientes de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, los cuales conforman las unidades de contexto de esta Tesis. Un repaso por la historia y la actualidad de estos diarios se constituye en complemento imprescindible del análisis de contenido, tanto para la elaboración de la matriz de análisis como para la interpretación de los datos.

El trabajo empírico desplegado en este capítulo recoge los aportes de los anteriores apartados y se centra en los contenidos de las noticias. Es aquí donde se sitúa, de acuerdo con los términos en que lo sostiene Van Gorp (2007), el punto de partida de la familia de investigaciones integrales de *framing.* Es decir, en la identificación y análisis de los encuadres mediáticos en el discurso informativo. En un sentido global, puede afirmarse que esta área de trabajo tiene como objetivo “la búsqueda de una estructura de interpretación general de la realidad dentro de la cobertura informativa, más allá de un listado de temas o de atributos” (Mariño & López Rabadán, 2009, p. 24).

El primer paso que requiere esta labor consiste en tramar el marco teórico-metodológico que guiará el análisis. Para ello, se desarrolla una doble tarea: en primer lugar, se despliega la “teoría sustantiva” (Sautu, 2003). Es decir, el corpus de conceptos teóricos articulados entre sí y de distintos niveles de abstracción que orientan el trabajo empírico (Sautu *et al.*, 2005). Ellos están filiados epistemológicamente en el *Framing* —y, más específicamente, en la intersección de los paradigmas crítico y constructivista (Reese, 2010)— . Por convención, se entiende que el término *frames* define el resultado del *framing*, mientras que este último alude al proceso activo de creación, selección y moldeado de los *frames* (Van Gorp, 2007). En segundo lugar, se detalla la estrategia metodológica elaborada para concretar los objetivos de la Tesis: el libro de códigos y el

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

diseño de la investigación.

El segundo paso es el de sistematizar los resultados del trabajo empírico que dan respuesta a los objetivos planteados. Estos se organizan en tres partes: la primera describe los aspectos formales generales del tratamiento que el caso recibió en los diarios y que hacen a su importancia (Amadeo, 2008). La segunda está dedicada a la identificación del *standing* o crédito que recibieron las fuentes citadas en las notas y a la caracterización de los *frames* mediáticos de la LSCA en la prensa económica. En cada uno de estos apartados se analizan las diferencias más significativas en el tipo de tratamiento que cada periódico hizo del caso.

Marco teórico-metodológico

El andamiaje teórico-metodológico que guía la investigación empírica pretende ser específico y general a la vez: específico en la medida en que tanto su conceptualización como su articulación requieren una aproximación inductiva al caso a analizar; general en tanto se espera que ofrezca herramientas analíticas que contribuyan al estudio de la cobertura de otros procesos de debate e implementación de medidas de política de comunicación.

En efecto, parte del desarrollo desplegado a continuación, ampliado y profundizado para la presente investigación, formó parte de la Tesis de Maestría de la autora (Koziner, 2015a), abocada a analizar el tratamiento mediático del denominado “7D”, uno de los tramos centrales de la judicialización de la LSCA.

La conceptualización de los términos *standing, frame* y *framing* ofrece herramientas para analizar la organización de los sentidos en la superficie de los textos. Si bien Ferree *et al.* (2002) los comprenden como dos criterios para medir el “éxito [de los actores] en el foro massmediático” (p. 13, traducción propia), en esta Tesis el foco está puesto en analizar el tratamiento de la información en los diarios económicos acerca de una medida de política pública que involucra al sector en el que estos se desarrollan. Por esa razón, la incorporación de dichos conceptos se orienta a indagar en las huellas que la producción de las noticias sobre el caso dejan en los textos y, en esa línea, los modos de encuadrarlo que estos construyen y proyectan.

Standing o crédito de las fuentes

La característica más importante de las fuentes es que proveen información en tanto miembros o representantes de grupos de interés —de diverso grado de organización— o de otros sectores de la sociedad (Gans, 2004). En ese marco, la importancia de las fuentes varía, como también lo hace la distribución del acceso de los periodistas a ellas y viceversa (Wolf, 1987)[178]. Es más, el volumen de cobertura que las fuentes obtengan en

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

la superficie de los textos no les asegura una influencia continua ni estructurada en los medios (Aruguete, 2011b).

Las variables que interfieren en la relación entre periodistas y fuentes son múltiples y ejercen distinto peso según el caso de que se trate, pero su articulación nunca es casual ni arbitraria (Wolf, 1987). Incorporando al público como tercer agente central en el proceso de la comunicación masiva, Gans (2004) caracteriza dicha articulación entre estos actores más como un "tire y afloje", que como un conjunto de partes funcionalmente relacionadas. Este juego de "tirar de la cuerda", se define siempre a favor de quien ejerce el poder, pues el texto de la noticia es, entre otras cosas, el resultado del "ejercicio del poder sobre la interpretación de la realidad" (Schlesinger, 1972, citado en Gans, 2004, p. 81).

En el **Capítulo 3** se mencionó que, por lo general, son las fuentes oficiales las que aportan la mayor parte de la información a los medios, entendiendo por ellas a funcionarios públicos pertenecientes a alguno de los tres poderes del Estado (Bennett, 1996). La autoridad que reviste este tipo de fuentes tiene dos consecuencias: en primer lugar, los datos que aportan son noticiables, independientemente de su contenido; segundo, dicha autoridad hace que no se ponga en cuestión la verosimilitud de la información (Wolf, 1987). Así, en lugar de proveer una cobertura que abarque una variedad de hechos y puntos de vista, las noticias tienden a ofrecer una amplia cobertura de la posición oficial y de las perspectivas dominantes (Bennett, 2012).

Walter Bennett (1990, 1996, 2012) propuso el concepto de "*indexing*"[179] para referirse al patrón de cobertura noticiosa que alude a

> …la tendencia de las organizaciones mediáticas más importantes a adaptar la variedad de puntos de vista de una historia a los puntos de vista dominantes de aquellas instituciones políticas que detentan suficiente poder como para influir en el desenlace de la situación (2012, p. 15, traducción propia).

Desde esta óptica, los profesionales de medios tienden a dejar plasmada en el contenido de las noticias una organización —indexación— del registro de voces y perspectivas en las noticias y editoriales en sintonía con la línea de opinión principal expresada en el debate sobre determinado *issue*. El hecho de acudir a las fuentes oficiales supone, entonces, que su versión de los hechos y su punto de vista vuelven legítima la cobertura de un hecho noticioso. Coherente con ello, se presume que los encuadres promovidos por las fuentes oficiales tienen el acceso asegurado a los periodistas y, finalmente, a los contenidos que estos plasman en los medios. El propio Bennett afirma que el *indexing* no se refiere únicamente a la importancia de las fuentes oficiales que presentan los periodistas; se relaciona, también, con la organización de los temas y de los puntos de vista oficiales sobre ellos (Bennett, 1996).

En palabras de Amadeo, "las noticias políticas se centran en las acciones y reacciones del gobierno frente a otras instituciones legítimas que representan ideas

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

diferentes" (2008, p. 218). De esta manera, la industria noticiosa cede a las instituciones oficiales el rol de vigilarse a sí mismas, vulnerando el equilibrio democrático (Bennett, 1990).

En su análisis sobre la cobertura del proceso de privatización de la empresa nacional de telefonía ENTel, llevado a cabo en 1990, Aruguete (2011) encontró que fueron los puntos de vista de las fuentes oficiales —entre ellas, el entorno más íntimo del PEN— los que prevalecieron en los modos de encuadrar las noticias acerca del caso. Ello fue así incluso en las fases de mayor polémica. Como consecuencia, la autora infiere que el tratamiento noticioso evidenció cierto consentimiento por parte de los medios respecto de la necesidad de implementar reformas estructurales en las dinámicas políticas, económicas, sociales y culturales que se habían recuperado con la apertura democrática en la Argentina, en 1983.

Ahora bien, ¿qué lugar le reserva el *indexing* a las fuentes informales? Desde esta perspectiva, las voces no oficiales logran ser incluidas en las coberturas periodísticas de modo ocasional o cuando expresan opiniones que emergieron en círculos oficiales. Según Steele (1997), las fuentes no oficiales son seleccionadas para reforzar las versiones que los periodistas ya tienen de los hechos. También se suele incluir a este tipo de fuentes cuando están involucradas en desobediencias civiles, protestas o actos ilegales, con lo que se termina estableciendo un contexto interpretativo negativo a su alrededor (Gitlin, 2003).

La teoría del *Indexing* afirma también que hay ocasiones en las cuales las fuentes oficiales ya no garantizan la veracidad de la información y los periodistas se ven, así, obligados a alterar sus rutinas habituales y a recurrir a fuentes informales. Amadeo (2008) señala el ejemplo de los casos de corrupción de funcionarios públicos. En efecto, en su investigación acerca del tratamiento informativo de la corrupción en Argentina, halló que la información era presentada por los medios tal y como la presentaban las fuentes oficiales. No obstante, los periodistas recurrían a otras voces "para comprobar que las fuentes oficiales son veraces" (Amadeo, 1999, p. 252). Como conclusión, Amadeo sostiene que "el nivel de pluralismo de las fuentes (…) es un indicador del tipo de debate político que generan los casos en cuestión" (p. 251).

En definitiva, el tipo de jerarquización de las fuentes oficiales varía en función de la coyuntura en la cual se produce un caso. Cuando se tratan temas polémicos, en los cuales se da un debate entre diferentes puntos de vista y las fuentes oficiales corren el riesgo de perder legitimidad, se suele consultar un mayor número de fuentes y se le otorga mayor importancia en los medios (Bennett, 1996).

En casos altamente controversiales, la hipótesis del *Indexing* puede verse desafiada. Ejemplo de ello son las conclusiones de la investigación de Zunino (2015) acerca de la cobertura noticiosa del conflicto "campo-Gobierno"[180]. Del análisis de las fuentes de información llevada a cabo por el autor se desprende que, contrariamente con lo que

sostiene la teoría, en el tratamiento de este *issue* prevalecieron las fuentes no oficiales. Concretamente, las pertenecientes a las corporaciones agrarias que resistieron la resolución gubernamental. Este predominio se explica, según el autor, por el "poder de *lobby* que tienen las corporaciones agrarias, muchas de las cuales fueron determinantes del perfil socio-productivo del país y que, además, obtuvieron lugares destacados en los ámbitos estatales de decisión política a lo largo de la historia" (p. 341). También resulta verosímil —agrega— que estas corporaciones se hayan mostrado más dispuestas a brindar información durante la contienda.

Otro de los hallazgos de la investigación de Zunino (2015) que interesa particularmente para este trabajo es aquel que pone en discusión la idea sostenida por el *Indexing* respecto de que la presencia de una fuente en la cobertura puede ser considerada indicio suficiente para adjudicarle la capacidad de instalar su versión de los hechos en los medios. En este sentido, concluye que "una alta valoración negativa de un actor impugna su versión de los hechos" (p. 341), pues encuentra que habiendo recurrido a idénticas fuentes, fueron las divergencias en los atributos y la valoración de las mismas los elementos que definieron su capacidad de instalar la propia visión de los hechos en las agendas de estos medios[181].

A los efectos de analizar con profundidad el rol de las fuentes en los textos sobre la LSCA, se retoma aquí el concepto de *standing*[182] desarrollado por Ferree *et al.* (2002). Los autores proponen esta noción para referirse a la capacidad de un actor —individual o colectivo— de tener voz en los medios de comunicación. En términos empíricos, son los periodistas, a partir de sus percepciones acerca de quiénes son los actores clave alrededor de determinada cuestión, quienes les otorgan "crédito"[183] y lo dejan plasmado en las noticias.

Las decisiones acerca del reconocimiento de los actores relevantes sobre un tema están relacionados con tres tipos de elementos: aspectos institucionales y culturales, normas y prácticas propias del ejercicio del periodismo y características propias de los actores identificados como fuentes. Como producto de estos factores, el *standing* refiere entonces a la oportunidad de constituirse en agente o portavoz de determinada visión de los hechos noticiosos en los medios y, consecuentemente, a influir en la construcción que se hace de ellos (Ferree *et al.*, 2002).

En el marco de este trabajo, se considera que determinado actor individual o colectivo obtiene crédito o *standing* en los medios cuando se cumplen cuatro condiciones: se le otorga visibilidad, se lo cita, no se emiten valoraciones negativas sobre el discurso que utiliza para expresarse sobre determinado tema y, por último, la 'evaluación moral' de la LSCA promovida por él no contradice la del encuadre general de la nota.

La visibilidad es alcanzada con la mera mención en una pieza periodística. No obstante, un sujeto puede adquirir relevancia en las noticias para ser descrito o, incluso criticado, pero sin que se le brinde la oportunidad de proveer su propia interpretación de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

los acontecimientos en los cuales participa y de colaborar, así, en la construcción de esos hechos. Es por ello que la visibilidad es una condición necesaria pero no suficiente para la obtención de *standing*. En efecto, aquellos sujetos que adquieren visibilidad pero cuya palabra no es citada, pueden ser reconocidos como actores pero no como *speakers*, portavoces[184] o fuentes.

Es justamente la segunda dimensión del *standing* la que convierte a los actores en portavoces o fuentes: mediante la manifestación de declaraciones —directas o indirectas— estos aportan información en representación de determinados grupos o instituciones y participan, de algún modo, en la construcción de los hechos relatados. No obstante, debe considerarse que aun siendo citada, no va de suyo que una fuente ejerza una influencia continua o que las coberturas mediáticas resulten satisfactorias para los objetivos del sujeto u organización cuya palabra se retoma (McQuail, 1998), pues esta puede ser evocada para ser impugnada.

Los juicios valorativos acerca de la palabra de un individuo, grupo o institución constituyen la tercera dimensión para establecer el crédito que una cobertura le otorga a su postura. Desde la Teoría de la Valoración, Martin & White (2005) afirman estos tienen que ver con las actitudes desarrolladas hacia la conducta, la cual puede ser apreciada en función de los binomios admiración-crítica, alabanza-condena. Dentro de los juicios valorativos, los autores distinguen entre aquellos que tratan de la "estima social" y los orientados a la "sanción social". Los primeros se refieren a los atributos de "normalidad" —cuán inusual es considerado alguien—, "capacidad" —la aptitud o las competencias que tiene— y "tenacidad" —la firmeza y capacidad de resolución—. En tanto, los juicios de sanción tienen que ver con la "veracidad" —cuán creíble se es— y la "propiedad" —cualidades éticas— (Martin & White, 2005, p. 52).

Por último, la cuarta dimensión del *standing* está directamente relacionada con el encuadre del caso, pues se toma en cuenta la 'evaluación moral'[185] que emiten las fuentes. Presumiendo que los actores que alcanzan algún nivel de *standing* participan activamente en los intercambios que dan forma a los debates mediáticos y públicos (Ferree *et al.*, 2002), se considera que —en caso de ser expresada— dicha evaluación no debe ser explícitamente contradicha en la nota.

¿Qué son los *frames*?

Las definiciones —tanto conceptuales como operativas[186]— de *frame* y *framing* que diversos investigadores acuñaron a lo largo de más de veinticinco años, han variado significativamente en virtud de la postura teórico-epistemológica desde la cual fueron formuladas. Numerosos trabajos han dado cuenta de esta situación a través de la elaboración de exhaustivos estados de la cuestión que organizaron conceptualmente los estudios del campo (Amadeo, 2008; Aruguete, 2011b; D'Angelo, 2012; Mariño & López

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Rabadán, 2009; Matthes, 2012; Muñiz, 2007; Sádaba, Virgili, & Castro, 2012; Scheufele & Iyengar, 2012).

Según Sádaba *et al.* (2012), la mayor parte de los estudios empíricos que se llevan a cabo desde la perspectiva del *Framing* "aluden a definiciones y visiones del concepto que utilizan para componer la presentación de su trabajo sin que se convierta(n) en principios que guíen la investigación" (p. 111). En el mismo sentido, se despliegan clasificaciones heterogéneas de los *frames* y se los aborda desde muy variadas aproximaciones metodológicas.

En vistas de esta recurrente dificultad, el presente trabajo recoge dos definiciones complementarias —una conceptual; la otra, operacional— de distinto grado de abstracción. Ambas se articulan lógicamente para orientar el trabajo empírico con el cual se pretende dar respuesta a los objetivos fijados por la investigación (Vilches, 2011).

Stephen Reese (2001) elaboró una de las conceptualizaciones más acabadas del término *frame* (Aruguete, 2011b), la cual será desarrollada aquí en virtud de la importancia que adquiere para la investigación. Sin embargo, se trata de una "definición general" (Matthes, 2009). Es decir que, aunque resulta sumamente útil en términos teóricos, deja abierta la cuestión de la operacionalización del concepto que es necesario llevar a cabo para identificar los modos en que los *frames* se manifiestan en los textos.

El proceso de encuadre se relaciona directamente con los modos en que los intereses, los comunicadores, las fuentes y la cultura se combinan para producir formas coherentes de comprender el mundo, que son desarrolladas usando todos los recursos simbólicos verbales y visuales disponibles. En este marco, define a los *frames* como "*principios organizadores* socialmente *compartidos* y *persistentes* en el tiempo, que trabajan *simbólicamente* para *estructurar* el mundo social de modo significativo"[187] (Reese, 2001, p. 11).

Al referirse a los *frames* como *principios*, Reese hace hincapié en el carácter abstracto del concepto, que no puede ser homologable a su manifestación simbólica. En este sentido, el texto noticioso es una de las superficies en las cuales los *frames* cobran forma, de modo que constituye una de las vías de indagación con el objetivo de identificar el principio latente que produce una de las formas de encuadrar una historia. El discurso mediático es entendido, así, como un conglomerado de ideas organizadoras entrelazadas que compiten por dominar el texto. También es posible examinar cuáles son los principios sostenidos por periodistas o patrocinadores de *frames,* quienes dan lugar a ciertas maneras particulares de expresarlos.

En efecto, los *frames* deben ser vistos como principios abstractos, herramientas o esquemas de interpretación que trabajan a través de los textos mediáticos para estructurar el sentido social. Varios autores desarrollaron sus argumentos teóricos en esta línea. Gamson & Modigliani (1989), por ejemplo, definieron al *frame* como una "idea organizadora central" que le da sentido a los acontecimientos. Estos principios

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

interpretativos se vuelven manifiestos en el discurso mediante dispositivos simbólicos —metáforas, ejemplos, imágenes visuales, eslóganes, etc.— que constituyen los múltiples modos en los que puede aparecer el principio subyacente.

En tanto principios organizadores de la información, los *frames* pueden ser entendidos como "pistas" capaces de ser halladas en el discurso mediático, en los individuos y en las prácticas sociales y culturales. En sintonía con esta idea, Entman (1993) expresa que es posible localizar los *frames* en los comunicadores, en los textos, en el receptor y en la cultura, donde hay un repertorio compartido de patrones de cognición, percepción e interpretación que provee el vínculo entre producción y recepción de noticias (Aruguete & Koziner, 2014). Más allá de que sea necesario considerar qué aspectos de la información fueron incorporados y qué otros fueron excluidos del texto noticioso, es importante considerar los principios que "naturalmente" conducen a incluir o desechar esos aspectos, de tal modo que dicha exclusión pase desapercibida (Reese, 2001).

Los *frames* no se explican únicamente a partir de los textos emitidos por los medios de comunicación, pero estos son uno de los lugares en los cuales quedan plasmados. Desde la perspectiva de Gitlin (2003), los *frames* forman parte de estructuras ideológicas mucho más amplias. Ignorar el principio que da lugar a los encuadres implica interpretar el texto noticioso de manera literal y, en cierto modo, ser "engañado" por el contenido manifiesto. Por otra parte, centrar la atención en el principio organizador subyacente debería permitir comprender que aquello que se lee en el texto es producto de varios principios interrelacionados que compiten entre sí y que provienen de distintas fuentes en tensión, así como de los propios profesionales de los medios de comunicación. Desde esta perspectiva "un *frame* es un momento en una cadena de significados" (Reese, 2001, p. 14).

Mientras las fuentes promueven que ciertos "acontecimientos" se conviertan en "noticias", los periodistas buscan información noticiable, es decir, que se ajuste a ciertos formatos para poder publicarla. En ese contexto, los *frames* designan un número de momentos en los cuales es posible situar un principio organizador que opera para moldear la realidad social. El eje de la indagación del analista se halla en la capacidad interpretativa que le permite poner en cuestión aquellas definiciones de los hechos que aparecen como obvias o auto-evidentes e identificar, así, los principios que las organizan.

El término *organizadores* alude al hecho de que el proceso de *framing* varía según cuán exitosa, exhaustiva y completamente sea organizada la información (Aruguete, 2011b). De acuerdo con Reese (2001), son dos las formas organizativas en las cuales se despliega dicho proceso para generar sentido: la cognitiva y la cultural. La primera de ellas se relaciona con la dinámica psíquica que promueven los *frames*. Estos "invitan" a pensar acerca de un fenómeno social de una determinada manera, por lo general, apelando a prejuicios psicológicos básicos. Distintos estudios dieron cuenta de los efectos que provoca en la audiencia la información que enfatiza, por ejemplo, aspectos negativos o

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

positivos, lo individual o lo colectivo, lo episódico o lo temático, los ganadores o los perdedores (Iyengar, 1991; Kahneman & Tversky, 1984).

La dimensión cognitiva fue abordada por las investigaciones centradas en los efectos que los *frames* producen en los pensamientos, actitudes y comportamientos de las audiencias (Cappella & Jamieson, 1996; Chong & Druckman, 2007; Rhee, 1997). El interés de estos trabajos consiste en indagar en qué medida y de qué modos los *frames* de las noticias pueden invocar determinados esquemas mentales e influir en la interpretación que los ciudadanos hacen de los asuntos públicos (Price *et al.*, 1997).

La distinción entre *frames* y esquemas fue señalada por Van Gorp (2007). A diferencia de los primeros, los esquemas —definidos como colecciones de conocimiento organizado— se desarrollan gradualmente, se vuelven más complejos y están relacionados con experiencias personales asociadas a sentimientos. Así, ayudan a los individuos tanto a lidiar con la afluencia de nuevas informaciones como a recuperar información almacenada en la memoria (Graber, 1988). Los *frames*, por el contrario, son más estables, dado que son parte de la cultura. Por esa razón, constituyen definiciones interpretativas más amplias de la realidad social e interactúan con los esquemas —más dinámicos—, "proporcionando una 'base' que alinea los esquemas que los participantes de la interacción traen consigo" (Benford & Snow, 2000, p. 614)

En relación con esto último, la dimensión cultural refiere a una comprensión más amplia de los *frames*, dado que ellos condensan y convocan un vasto mundo de significados que trasciende los textos y que hace pie en ellos. Por esa razón, Reese (2001) los denomina *frames* estratégicos o "*metaframes*". En efecto, estos son parte de la cultura, entendida como un conjunto organizado de creencias, mitos, estereotipos, valores, normas, encuadres que son compartidos en la memoria colectiva de un grupo o sociedad (Zald, 1996, citado en Van Gorp, 2007).

Justamente porque la cultura es comprendida como la base primaria de la constitución del conocimiento, el sentido y la comprensión del mundo exterior (Hall, 1997), es posible identificar en ella una colección compartida de *frames* que se ubica entre la producción y el consumo de las noticias. Desde este punto de vista, el *framing* refiere, de un lado, a los modos en los cuales los periodistas moldean la información con un *frame* familiar de referencia y de acuerdo a alguna estructura latente de sentido y, por el otro lado, a la audiencia que adopta esos encuadres e interpreta el mundo de formas similares a como lo ven los periodistas (Tuchman, 1983). Por lo tanto, los *frames* no pueden ser comprendidos fuera de la cultura en la cual se desarrollan.

La dimensión cultural del fenómeno se relaciona directamente con el fuerte rasgo constructivista que caracteriza al *framing* o, al menos, a uno de los paradigmas comunicacionales desde los cuales se ha abordado esta perspectiva teórica. Según esta mirada, los *frames* son vistos como paquetes de recursos simbólicos o "cajas de herramientas" para la interpretación de los asuntos públicos (D'Angelo, 2002). En

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

consecuencia, circulan en el mundo social diferentes construcciones simbólicas que compiten entre sí y que orientan las percepciones de los individuos ayudándolas a dotar de un determinado sentido a los hechos y acontecimientos (Gamson, 1992; Gamson & Modigliani, 1989).

Las interpretaciones y los juicios que las personas hacen sobre la realidad social no solo se conforman a partir de imágenes y significados presentes en las representaciones simbólicas transferidas por los medios de comunicación. En el proceso intervienen también otros factores como las experiencias personales, las conversaciones con otros individuos, las identificaciones culturales previas o la memoria social compartida del colectivo de pertenencia (Gamson & Modigliani, 1989; Neuman, Just, & Crigler, 1992).

En esa línea, Reese (2001) considera a los *frames* como socialmente *compartidos*, reforzando el énfasis en el aspecto cultural. Puesto que parte de su potencia como elementos comunicables y significativos reside que sean compartidos, la pregunta por el grado en que esto ocurre resulta fundamental para conocer el tipo de *frames* que promueven los textos de los medios y cuál es su alcance. En este sentido, la aceptación y generalización de un encuadre mediático depende de la interacción entre los conocimientos de la audiencia y los textos para producir un "sentido negociado" (Reese, 2001).

El carácter *persistente* que se le adjudica a los *frames* supone que la importancia de su significado reposa sobre su durabilidad, su persistencia y su uso recurrente a lo largo del tiempo. Al definir a los *frames* como formas rutinarias y duraderas, Gitlin (2003) también reconoce una resistencia a la transformación. La idea de la persistencia sugiere que estos se convierten en una especie de "segunda naturaleza" incorporada en los modos de hacer y decir las cosas. Muchas veces, esta persistencia se extiende no solo en el tiempo sino también a través de las distintas instancias del proceso comunicacional (Reese, 2007).

Al decir que los encuadres trabajan *simbólicamente*, se alude a que estos se revelan en formas simbólicas de expresión. Por consiguiente, aproximarse a ellos alienta el estudio del discurso, su organización simbólica. Ciertamente, el campo de los textos de los medios ha sido en el que se ha realizado el mayor número de investigaciones dado que, según Reese (2001), los *frames* mediáticos representan la mejor evidencia de los *frames*: estos "está(n) distribuido(s) a lo largo del terreno simbólico de un número de noticias" (p. 17). Es por ello que los medios masivos constituyen una vía de entrada especialmente relevante.

A pesar de la gran cantidad de trabajos que indagan en el discurso informativo, los investigadores coinciden en señalar la falta de acuerdo en torno a los modos en los cuales las distintas figuras simbólicas se entretejen en el discurso para constituirse en *frames,* así como sobre el abordaje metodológico más adecuado para identificarlos (Matthes & Kohring, 2008; Matthes, 2009; Reese, 2001). La estructura de funcionamiento de los medios tiende a crear rutinariamente ciertos tipos de *frames* y a excluir todo aquello que no

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

encaja en ellos. En consecuencia, los modos en que las investigaciones académicas comprenden el contenido simbólico y enfrentan la medición de los *frames* son las que organizan el análisis y las conclusiones a las que puede arribarse desde la perspectiva del Encuadre.

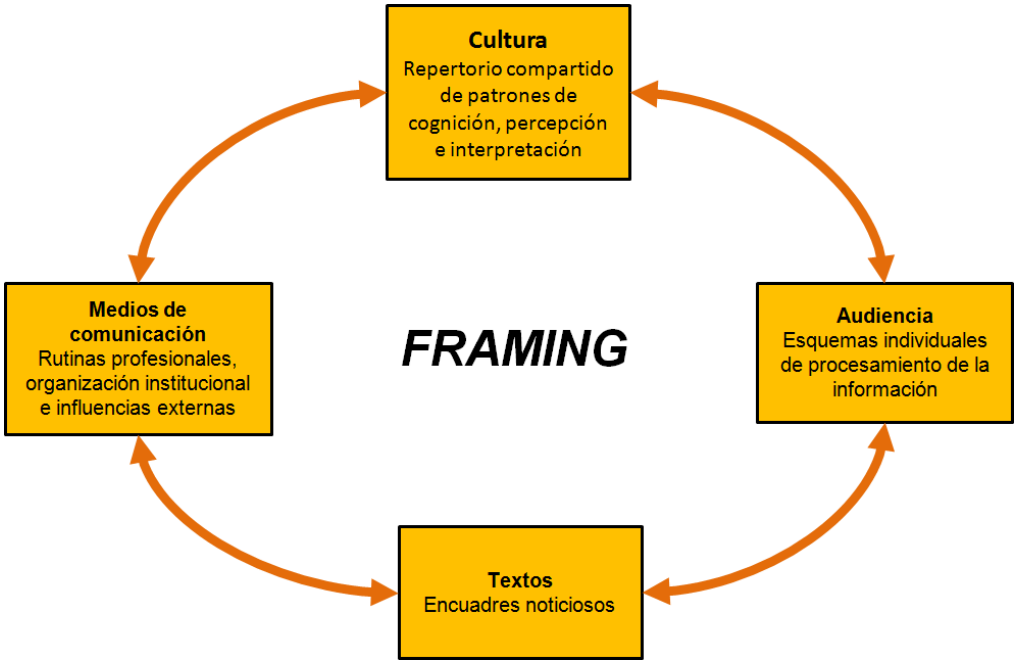
La capacidad que los *frames* tienen de *estructurar* el mundo social de modo significativo refiere a que estos proveen patrones identificables de sentido, constituidos por dispositivos de carácter simbólico (Reese, 2001). Estos patrones operan en todas las fases de la comunicación: permiten a los periodistas procesar grandes cantidades de información de modo rápido y rutinario. Esto es, habilitan la identificación de un evento noticiable, su clasificación y su preparación como información para ser transmitida a las audiencias. De modo que, solo si se tienen en cuenta razones de organización del trabajo periodístico, los *frames* son ineludibles (Gitlin, 2003). Luego, se plasman en los textos mediante la creación de un "paquete" coherente que combina distintos símbolos y organiza los contenidos con diferentes grados de complejidad. Estos adquieren distintos niveles de énfasis relativo y son adosados a ideas culturales más amplias (Gamson, 1992). Por último, el consumo del discurso de los medios por parte de las audiencias invoca ciertos esquemas psicológicos o estructuras de pensamiento que interactúan con los textos y guían el procesamiento y la interpretación de la información (Iyengar, 1991; Scheufele, 1999).

En definitiva, tal como afirma Matthes (2012), no es que los actores políticos estratégicos, los periodistas y las audiencias transporten —o menos aun— reflejen realidades políticas y sociales. Muy por el contrario, la política, los temas y los eventos noticiosos son objeto de diferentes pautas de selección e interpretación que estructuran su tratamiento. Estas interpretaciones de los temas son negociadas y replicadas, pero también pueden ser modificadas a lo largo del tiempo. En parte, el grado de dinamismo de los *frames* está en relación con el nivel de profundidad que adquieren estas estructuras. Reese (2001) afirma que estas pueden ser explícitas o implícitas. Es decir que algunos *frames* pueden ser definidos con mayor facilidad a partir de la inclusión o exclusión de información, mientras que otros dependen de estructuras más complejas e implícitas que no son tan fácilmente clasificables y para cuya identificación es necesario un abordaje más complejo, que recupere supuestos y normas fuertemente arraigadas para dar sentido al mundo.

El **Gráfico 4.1** ofrece una representación esquemática de la conceptualización del *framing* como un proceso complejo que recorre todas las etapas y actores de la comunicación. Es una síntesis gráfica del modo en el que se lo comprende en el presente apartado, a la luz de la propuesta de Reese (2001).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 4.1. El *framing* en el proceso comunicacional



Fuente: Koziner (2015b).

Definición operacional de *framing*

La definición propuesta por Reese (2001, 2007) y recogida por numerosos trabajos que contribuyeron a su complejización conceptual, proporciona un completo paraguas teórico para el trabajo empírico. No obstante, los nexos que ofrece con el "plano observacional" (Sautu, 2003) —el de los textos— no son suficientes para el trabajo empírico que aquí se propone. Por esa razón, es necesario recurrir a una definición operacional que permita responder los siguientes interrogantes: ¿cómo identificar en los textos estos principios latentes? ¿Qué formas adquieren? ¿Qué funciones desempeñan?

Para avanzar en la búsqueda de respuestas, se propone adoptar una definición operacional con el objetivo de delinear una guía precisa para la identificación de los *frames* noticiosos que prevalecieron en el tratamiento de la LSCA que hizo la prensa económica. El próximo paso será "traducir" dicha definición en variables e indicadores observables que se rastrearán en los textos. Dicha operacionalización se llevará a cabo en el libro de códigos[188].

Lo que se pretende con este desarrollo es resolver la dificultad señalada por David *et al.* (2011), Matthes (2009), Matthes & Kohring (2008), entre otros. Los autores le critican a gran parte de los estudios de *framing* que adolezcan de transparencia a la hora de explicitar los pasos concretos y operativos que se han seguido para la identificación de los

frames. En palabras de Matthes (2009),

> Algunas definiciones son generales, dan muy poca información acerca de cómo operacionalizar los *frames*. Otras proveen pasos más precisos (…) pero no siempre son explícitamente seguidos. Esto es mayormente cierto para la definición más frecuentemente citada de Entman (…) las evaluaciones morales, por ejemplo, deberían ser parte del *frame* y codificadas como tales. Claramente, estas cosas deben ser transparentadas en el análisis de *frames* y los pasos operacionales sencillos — esto es, la traducción de la definición en una exacta operacionalización— deben ser explícitamente establecidos. Eso no quiere decir que los investigadores hayan fallado en la formulación de estas ideas teóricas, pero necesitamos volverlas relevantes (p. 359).

La definición formulada por Entman (1993) es, posiblemente, la más ampliamente aceptada (D'Angelo, 2012; David, Atun, Fille, & Monterola, 2011; Matthes, 2012; Matthes & Kohring, 2008) y utilizada por los numerosos trabajos que se abocaron a analizar el tratamiento de asuntos políticos desde diversas posturas teóricas dentro del *Framing*. Esta variedad conceptual ha derivado, además, en una pluralidad de métodos para identificar y medir *frames*, aun partiendo de la misma definición. Para Entman, los *frames* noticiosos son visiones selectivas de los hechos que construyen la realidad de un cierto modo, conduciendo a diferentes evaluaciones y recomendaciones (Matthes, 2012):

> Encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y darles relevancia en un texto comunicativo de modo que se promueva una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el ítem descrito (Entman, 1993, p. 52)[189].

Esta concepción trasciende la clásica distinción entre encuadres noticiosos genéricos (*generic news frames*) y encuadres noticiosos específicos (*specific news frames*). En cuanto a los primeros, se ha dicho que "se presume su presencia en todo tipo de temáticas" (Muñiz, 2007, p. 168), en tanto resultan aplicables a un rango de diversos tópicos, a lo largo del tiempo y, potencialmente, en contextos socio-culturales disímiles (de Vreese, 2002, 2005). En cambio, los encuadres específicos (*specific news frames*) retratan aspectos típicos de los eventos o temas, y permiten que estos sean abordados en detalle, con un alto grado de especificidad (de Vreese, Peter, & Semetko, 2001).

Los *frames* genéricos se analizan mediante aplicaciones deductivas para las cuales se parte de un listado de ítems preestablecidos en pos de corroborar su presencia o ausencia en los textos y sus correspondencias al interior de los *frames*. Dentro de este tipo de encuadres, cabe hacer una distinción, por ejemplo, entre aquellos de carácter episódico (*episodic news frame*) y temático (*thematic news frame*) (Iyengar, 1991, 2007). El primero trata a los asuntos públicos como casos específicos o eventos particulares, descontextualizados y, por lo general, ligados a las características individuales del protagonista (Sádaba, 2008): un desempleado, una víctima de discriminación racial, un intento de asesinato.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Según Iyengar & Simon (1993), “los reportes episódicos son buenas fotografías” (p. 369). El encuadre temático, por su parte, se focaliza en el contexto político en el que se produce el acontecimiento noticioso, abstrayéndose de las características particulares que adopta el mismo. Este tipo de abordaje permite otorgar evidencias generales sobre los asuntos (Iyengar & Kinder, 1987); es decir, delinean un contexto más abstracto. Por ejemplo: cambios en la implementación de políticas públicas o el desarrollo de un proceso de justicia criminal (Aruguete, 2011b).

Una aproximación al estudio de *frames* noticiosos específicos permite captar aspectos específicos de selección, organización y elaboración que están presentes en las coberturas y que se refieren a un problema preciso. Sin embargo, el alto grado de detalle al que permite acceder arroja resultados difíciles de generalizar, comparar y utilizar como punto de partida para la hipótesis general que sirva de base en el progreso de la teoría. Por el contrario, los encuadres genéricos ofrecen menores chances de examinar el tratamiento de un *issue* con alto nivel de detalle, pero permiten comparaciones entre los encuadres, tópicos y, potencialmente, entre los procesos de elaboración de encuadres en diferentes latitudes (de Vreese, 2005; de Vreese *et al.*, 2001).

Más arriba se afirmó que la propuesta de Entman (1993) trasciende la mencionada dicotomía. Ello se debe a que su definición se constituye como general y específica al mismo tiempo: establece una serie de funciones y componentes genéricos de los *frames* a la vez que las formas que cada una de estas dimensiones asume varía en función de las particularidades del caso.

Una primera interpretación de la definición permite afirmar que los encuadres desempeñan cuatro funciones principales. En primer lugar, definen problemas. Es decir, precisan una situación determinada en la cual identifican una serie de acciones que lleva adelante un agente causal. En sintonía con las propuestas de Matthes & Kohring (2008), David *et al.* (2011) y Koziner (2015a) y a partir de los aportes de Ferree *et al.* (2002), la definición del problema está integrada por una serie de componentes: una arena adonde se desarrolla la acción relatada, un tópico o *issue* del cual esta trata, un tema central, una fuente o *speaker* citada como principal proveedor de la información y un actor protagonista de la misma[190].

La arena es el ámbito en el cual se desarrolla el hecho noticioso y donde los participantes se involucran a través de distintos tipos de actos de habla. Estos emiten mensajes acerca del tema en discusión —una nueva Ley que regule los medios audiovisuales— o del actor — individual o colectivo— en nombre de quién se expresan.

En ese marco, es importante destacar doble el rol que periodistas y medios —aun cuando es difícil establecer en qué medida lo hace cada uno— juegan en este campo. Primero, se desempeñan como *gatekeepers*: mediante la inclusión y exclusión de citas y paráfrasis de ciertosactores, deciden quiénes deben ser tomados en serio como voces importantes. Por otra parte, son también ellos mismos fuentes proveedoras de sentidos,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

que comentan sobre las posiciones que otros toman y participan, así, del proceso de encuadre de la cuestión que se discute. Desde luego, las interpretaciones y comentarios no son libres, sino emitidas en el marco de las restricciones previstas por la práctica periodística en general y por las características del medio en particular (Ferree *et al.*, 2002).

Desde una perspectiva ligada al análisis del discurso, Pan & Kosicki (1993) definen al tópico como "la etiqueta que resume el dominio de las experiencias sociales cubiertas por un relato" (p. 58). En sintonía con estos autores, Silverstone (2004) acude a la retórica para definir a los tópicos como "las ideas y valores, marcos de sentido, compartidos y compartibles por hablantes y oyentes. Son lo conocido en lo cual se basa lo novedoso (…) Los tópicos enuncian lo que podría pasar por opinión pública. También dependen de ella" (p. 63). Aplicado a los textos de las noticias, su conceptualización puede acotarse al asunto concreto e identificable del cual trata el acontecimiento más importante relatado en un texto noticioso. Para el caso estudiado aquí, el tópico remite a algún acontecimiento relevante en el proceso de debate y sanción de la LSCA. En ese sentido, es posible invertir la afirmación de Silverstone (2004), dado que el tópico sirve para etiquetar aquello que se produce de novedoso en la evolución de un caso ya conocido o identificable —la LSCA—.

A diferencia del tópico, el tema tiene un grado de abstracción mayor y no aparece en el texto de modo manifiesto. En efecto, está constituido por una serie de *issues* ligados entre sí que entran en una categoría más amplia (Pasquier, 1994). Se trata, entonces, de una idea global — aunque puede haber casos en que haya más de una— que subyace al texto noticioso y conecta los diferentes elementos de los relatos alrededor de la LSCA.

El tercer componente de la definición del problema está constituido por la o las fuentes referenciadas como proveedoras de la información. Herbert Gans (2004) las define como aquellos "actores que el periodista observa o entrevista". Pero no solo eso sino que, además, "suministran informaciones en cuanto miembros o representantes de grupos de interés organizados y no organizados o de otros sectores más amplios de la sociedad" (p. 80). Muchas veces, estas son citadas directamente mientras que, en otras ocasiones, se retoman sus dichos de modo indirecto. Sin embargo, hay oportunidades en las cuales la información no es atribuible a ninguna fuente, pues no se menciona cuál es el origen de la información. En otros casos, esta se obtiene en un *off the record*, es decir, de modo extraoficial o confidencial. En general, la información obtenida de ese modo no es publicada, salvo que pueda confirmarse con otra u otras fuentes que se expresen de modo no restringido (Amado, 2010).

El término *speaker*, propuesto por Ferree *et al.* (2002), se utiliza en este trabajo como sinónimo de fuente. La incorporación de la palabra se hace con la intención de reforzar la idea de que se trata de actores con intereses específicos que, mediados por los periodistas que elaboran los contenidos noticiosos, expresan en los textos la postura específica del grupo o institución a la que representan (Real Academia Española, 2001).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

En cuarto lugar, los actores son aquellas personas o entidades directamente involucradas en el acontecimiento noticioso o quienes se constituyen en el sujeto de la acción relatada en el texto. Si bien su rol difiere del de la fuente, debe tenerse en cuenta que ambos pueden coincidir. Tal es el caso, por ejemplo, de un evento noticioso promovido por determinada fuente que, a la vez, es el sujeto principal de la acción. O, también, de una nota periodística en la cual se incluye el testimonio directo de los protagonistas del suceso relatado.

La segunda función reconocida por Entman (1993) a los encuadres noticiosos es la de diagnosticar causas. Es decir, determinar cuáles son los factores o agentes a los que se les atribuye la responsabilidad por el problema tal como es definido. Según Iyengar (1991), la complejidad de las cuestiones políticas tiende a simplificarse mediante la atribución de responsabilidades de los asuntos. Estas pueden ser de carácter individual o institucional/social[191]. En efecto, el nivel de relevancia que se le asigne a uno u otro tipo de causas tendrá implicancias en la reputación de los actores protagonistas de la acción (Amadeo, 1999). Iyengar & Kinder (1987) sostienen, en relación con ello, que el grado de visibilidad de un individuo está en estrecha relación con el grado de responsabilidad que se le atribuye.

A diferencia de la "responsabilidad en el tratamiento", que alude al poder de resolver un problema, el tipo de responsabilidad "causal" se refiere a los orígenes del mismo (Iyengar, 1991). Concretamente, la pregunta que esta función de los *frames* responde es ¿a quién/es o a qué se le/s atribuye la responsabilidad por el o los hechos relatados en la nota?[192]

De la puesta en relación de esta última función con las fuentes y los actores protagonistas de la información es posible inferir el tipo de tratamiento que se hace de los agentes individuales y/o colectivos involucrados en el caso. Uno de los recursos —o "sesgos", de acuerdo con Bennett (2012)— que caracterizan al tratamiento noticioso de distintos temas políticos es el de la personalización. Las noticias personalizadas pueden definirse como un recurso periodístico "que le otorga preferencia a los actores individuales y a los ángulos de interés humano por sobre los contextos institucionales, sociales y políticos" (Bennett, 2012, p. 49).

El tratamiento personalizado de la información contribuye a simplificar cuestiones políticas complejas a través del énfasis en los personajes más que en las ideas. Así, se potencia una tendencia generalmente presente en los públicos, para quienes la política —y, en ese marco, las políticas públicas— resulta más fácilmente comprensible si se atiende al comportamiento de un pequeño grupo de actores relevantes, más que a factores situacionales más complejos (García Beaudoux *et al.*, 2005). Las noticias personalizadas tienen un costo político: centrar la atención en "ganadores y perdedores". En las controversias protagonizadas por personalidades ofrece una visión restringida del poder (Bennett, 2012). Como sostienen Paletz & Entman (1981),

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

> el poder suele ser comprendido en un sentido limitado por los medios (…) Las historias hacen hincapié en la superficie de las apariencias, los sonidos furiosos y las visiones ardientes de batalla, las personalidades famosas o coloridas involucradas —lo que sea que resulte dramático—. Las causas subyacentes y los impactos concretos son apenas advertidos y no serán recordados por mucho tiempo (Paletz & Entman, 1981, p. 17, traducción propia).

La tercera función que Entman (1993) les reconoce a los *frames* es la de emitir juicios morales que ponderan el problema. Por lo general, estos son medidos en términos de valores culturales compartidos. Un juicio moral es entendido aquí como un dictamen que distingue aquello que, en última instancia, debe ser considerado bueno, y los deberes que ello implica, de lo que debe asociarse a lo malo (Schmitt, 2009), ya sea para un actor individual o para el conjunto de la sociedad. Para el caso que se estudia en esta Tesis, se retoman los tres valores centrales que se corresponden con cada uno de los objetivos específicos que integran la noción de "interés público": el "bienestar político", el "bienestar sociocultural" y el "bienestar económico" (Van Cuilenburg & McQuail, 2003). Los valores son la 'libertad de expresión', la 'diversidad' y la 'sustentabilidad económica del sistema de medios'.

Independientemente del contenido de la propuesta de texto normativo, se trata de tres valores compartidos sobre cuya evaluación positiva existió un consenso generalizado entre los diversos actores que participaron del debate público. En efecto, se trata de valores fuertemente arraigados que son, a la vez, lo suficientemente abstractos como para despertar rechazos. Por esa razón, circularon distintas concepciones sobre ellos y sobre las relaciones que deben establecer entre sí. Las formas que cobraron estas miradas[193] aportaron a la definición de la postura general acerca de los rasgos positivos o negativos alrededor de la LSCA que sostuvieron los principales *speakers* del caso.

La cuarta y última función de los *frames* es la de sugerir un tipo de tratamiento para los problemas descritos. Ello implica predecir sus efectos más probables o emitir una propuesta de solución para resolver los problemas definidos alrededor del caso.

Una sola oración dentro de un texto puede desempeñar más de una de las cuatro funciones del *framing* identificadas por Entman (1993). Al mismo tiempo, es posible que varias oraciones no desempeñen ninguna de ellas o que un *frame* presente en un texto determinado no incluya necesariamente las cuatro funciones sino solo alguna o algunas de ellas. Por esa razón, el análisis de un solo texto no alcanzaría para dar cuenta de la fuerza que un *frame* es capaz de adquirir como organizador del sentido en las noticias. Su poder se despliega a lo largo de distintos textos y es capaz de cobrar distintas formas en cada uno de ellos. A la vez, los distintos argumentos y el fenómeno cultural que el encuadre implica no requieren estar presentes de modo manifiesto en el contenido de los medios sino que son evocados por él.

Un texto determinado incluye, inevitablemente, elementos que son incongruentes con

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

el *frame* dominante. No obstante, el *frame* tiene la capacidad de volver más relevantes aquellos elementos que sí son coherentes con él, de modo que se promueva una cierta interpretación por parte de los receptores (Van Gorp, 2007). En otras palabras, pone en funcionamiento una serie de recursos que le otorgan relieve a ciertas "claves discursivas" para la interpretación de la realidad política que construyen los contenidos mediáticos (D'Angelo, 2002). Estas claves funcionan resaltando ciertos aspectos de las noticias, utilizando un tipo de términos específicos, convocando determinadas opiniones, centrando la atención en determinados personajes.

La relevancia (*salience*) refiere a los rasgos formales de la noticia que afectan la visibilidad de ciertos aspectos de la información: ubicación, tamaño, frecuencia con la que aparecen, disposición de la misma (Ganhem, 1997, citado en Amadeo, 2008). Estas variables se denominarán aquí "dispositivos de relevancia", pues se trata de mecanismos que apuntan a jerarquizar los asuntos para que sea más fácilmente percibida por los lectores.

La utilización de estos mecanismos está influida por la existencia de ciertos "eventos críticos" (*critical events*) en el devenir de la actualidad. En palabras de Pride (1995), se trata de acontecimientos "contextualmente dramáticos, como depresiones económicas, desastres medioambientales, confrontaciones físicas violentas, iniciativas estratégicas de movimientos sociales o políticas públicas novedosas" (p. 5) que motivan la atención del público por romper con la rutina diaria. Los eventos críticos invitan "a una definición colectiva o redefinición de un problema social cuando los activistas de los movimientos, los trabajadores de prensa y otros compiten por asignar un significado al tema evocado" (Pride, 1995, p. 59).

Las propiedades dramáticas que tienen los eventos críticos suelen ser enfatizadas en los reportes noticiosos, cuyo interés es más dramático que fáctico (Bennett & Edelman, citados en Aruguete, 2011b). Más aun, Paletz & Entman concluyen que "el drama es una característica que define a las noticias. Un evento es noticioso si tiene algunos elementos de narrativa dramática" (Paletz & Entman, 1981, p. 17). En sintonía con esta idea, Protess, Cook, Doppelt *et al.* (1991) advierten que los hábitos narrativos con los que los periodistas construyen a los personajes que protagonizan una historia se organizan en términos de buenos y malos, ganadores y perdedores, justos e injustos, problemas legales y soluciones institucionales (Amadeo, 1999).

En el marco de esta Tesis, la creación del anteproyecto de ley de SCA —entendida como una medida de política pública novedosa— es considerada un evento crítico a lo largo de cuya evolución se produjeron distintos hechos significativos que se constituyeron como hitos en el desarrollo del caso e impactaron en la relevancia que se le otorgó en la superficie de los diarios a lo largo de los ocho meses que abarca el período estudiado.

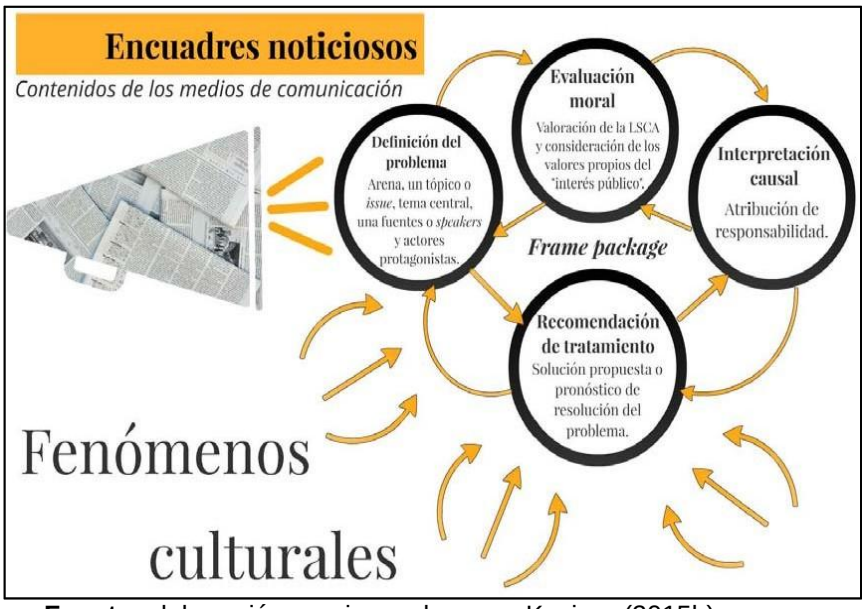
El conjunto de las funciones o dimensiones[194] de los *frames* señaladas por Entman (1993) —definición del problema, evaluación moral, atribución causal y recomendación de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

tratamiento— integra aquello que Van Gorp (2007) denomina “paquetes de encuadre” (“*frame packages*”)[195]. El autor los define como un “grupo de artefactos lógicamente organizados que funcionan como un kit de identidad del *frame*” (p. 64). La parte principal del análisis de los *frames* consiste en la reconstrucción de esos paquetes de encuadre mediante la identificación de los artefactos de distinto grado de abstracción que los componen. Estos pueden ser de tres niveles: manifiestos, de razonamiento y “el fenómeno cultural implícito que exhibe el paquete en su conjunto” (Van Gorp, 2007, p. 64). Dichos fenómenos culturales, sin embargo, no equivalen al *frame*, dado que por lo general carecen de la capacidad de definir y comprender otros eventos, cuestiones y actores y adquieren significación en relación con el resto de los artefactos del *frame package*.

Los artefactos de carácter manifiesto pueden ser las frases, las figuras retóricas, los ejemplos, las descripciones, los argumentos y las imágenes visuales, entre otras, que aparecen con cierto grado de relevancia en el texto y permiten identificar la presencia de los artefactos de razonamiento. Van Gorp (2007) vincula a estos últimos con las cuatro funciones distinguidas por Entman (1993). Todos estos artefactos están organizados alrededor de una idea organizadora central —el *frame* propiamente dicho— que provee al *frame package* de una estructura coherente. El **Gráfico 4.2** pretende dar cuenta de ese proceso.

Gráfico 4.2. Conformación de los *frames* en los textos de las noticias.



Fuente: elaboración propia con base en Koziner (2015b).

La operacionalización de la definición de Entman (1993) que se propone aquí para analizar el tratamiento mediático de la LSCA e identificar los encuadres que prevalecieron se opone a una larga tradición de trabajos que se ha basado en la aplicación deductiva de

encuadres genéricos elaborados en trabajos previos (Igartua & Muñiz, 2004; Neuman *et al.*, 1992; Semetko & Valkenburg, 2000). Se sostiene, junto con de Vreese, en que "el carácter genérico de estos encuadres aún no ha sido probado en una comparación trasnacional para establecer la generalidad de los marcos más allá de las fronteras nacionales" (de Vreese, 2005, p. 56).

La afirmación anterior se sostiene en una serie de trabajos propios citados en el **Capítulo 1** de esta Tesis (Aruguete & Koziner, 2014; Koziner, 2015a; Koziner & Aruguete, 2016), en los cuales se llevó a cabo una aplicación deductiva de tres encuadres noticiosos genéricos propuestos por las investigadoras holandesas Semetko & Valkenburg (2000), para comparar el tratamiento que distintos matutinos argentinos hicieron del "7D". Entre los hallazgos que arrojó el trabajo empírico, se observa que ninguno de los *frames* se mantuvo tal como había sido formulado por Semetko & Valkenburg (2000), sino que fue necesario redefinir los indicadores que los integraban. Estos estudios pusieron en cuestión la idea extendida entre muchos investigadores del *Framing* que afirman que estos pueden ser replicados sin más en análisis de coberturas mediáticas de temas diversos y en contextos socio-culturales distintos entre sí.

Se concluye, así, que los encuadres genéricos no pueden ser transpolados de manera acrítica al análisis de discursos mediáticos producidos en contextos geográficos y político– culturales distintos a aquel en el que fueron elaborados. Pero no solo eso. Se comprobó además que aun tratándose del mismo caso, durante idéntico período y en el mismo país, puede haber diferencias significativas entre los distintos diarios en el comportamiento de los indicadores pertenecientes a *frames* genéricos (Koziner, 2015a). Es necesario, entonces, crear encuadres noticiosos capaces de retratar aquellos tópicos propios del caso bajo análisis sin dejar de atender a las particularidades del contexto en el cual estos se insertan (Aruguete & Koziner, 2014; de Vreese, 2005; Koziner & Aruguete, 2016).

La definición de Entman (1993) se ofrece como un buen punto de partida para alcanzar ese objetivo. Si bien posee cierto grado de generalidad, habilita un abordaje a mitad de camino entre las aproximaciones deductiva e inductiva[196] puras: proporciona una estructura precisa de la cual debe partir el análisis a la vez que promueve una mirada relativamente abierta en la instancia del diseño metodológico para la aplicación empírica. Los próximos apartados están dedicados a desarrollar en profundidad dicha instancia de la investigación.

La identificación de los *frames* noticiosos

La identificación y el análisis de los *frames* en los textos noticiosos han sido abordados por numerosos trabajos desde aproximaciones metodológicas variadas. El "cómo" de la identificación de los encuadres se relaciona directamente con su comprensión

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

teórica, aunque este vínculo no sea frecuentemente transparentado en la mayor parte de la literatura (Matthes, 2009). Incluso cuando las definiciones son compartidas, la pluralidad de aplicaciones de la teoría ha resultado en una diversidad de métodos para detectar y medir *frames*, aun cuando todos ellos se autodenominen "análisis de contenido" (David *et al.*, 2011).

Muchas veces se observa una brecha entre la conceptualización y los pasos concretos y operativos que deben ponerse en marcha para el trabajo empírico. En efecto, mientras no se explicite el criterio para identificar los encuadres, su determinación cae en una "caja negra metodológica" (Matthes & Kohring, 2008, p. 260) y puede correrse el riesgo de que los *frames* reconocidos tengan mayor relación con el analista que con los textos analizados. Por esta razón, se hace necesario precisar las características y los procedimientos del análisis de contenido llevado a cabo en función de los objetivos de investigación.

Como se mencionó, la presente Tesis adopta la conceptualización de *framing* propuesta por Reese (2001), la cual es complementada por la definición operacional formulada por Entman (1993). Con apoyo en esta última, se entiende aquí a los *frames* noticiosos como patrones de los textos —variables latentes— compuestos por determinados elementos —indicadores manifiestos— que pueden ser fácilmente codificados mediante un análisis de contenido cuidadosamente planificado. Luego, es la etapa del procesamiento de los datos la que revela la existencia de un *frame*. En otras palabras, cuando ciertos componentes se combinan sistemáticamente de un modo determinado, estos forman un patrón que puede ser identificado en distintos textos de una muestra. Esos patrones se denominan *frames* (Matthes & Kohring, 2008).

La propuesta retoma los aportes de tres trabajos empíricos: el de los investigadores europeos Matthes & Kohring (2008), el de los filipinos David, Atun, Fille & Monterola (2011) y los de la Tesis de Maestría de la autora (Koziner, 2015a). El primero de ellos lleva a cabo un análisis de contenido de 1.000 artículos periodísticos sobre biotecnología, publicados por el diario estadounidense *New York Times* entre los años 1992 y 2001. Los autores procuran hallar los encuadres predominantes mediante un abordaje metodológico que supere los niveles de confiabilidad y de validez alcanzados por los métodos más utilizados hasta ese momento[197]. En ese marco, llevan a cabo una operacionalización de la emblemática definición de Entman (1993) en distintos elementos de encuadre —*frame elements*— que son rastreados en los textos de las noticias.

El procesamiento de los datos recogidos de la codificación de las variables mencionadas en los textos se lleva a cabo mediante una operación estadística denominada análisis jerárquico de *clusters* o conglomerados. A través de este procedimiento, es posible determinar el modo en el que los elementos aparecen agrupados en los textos, dando lugar a los *frames*[198].

La investigación de Matthes & Kohring (2008) constituye un antecedente central para

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

el presente trabajo por varios motivos. En primer término, realiza un aporte teórico-metodológico al operacionalizar la clásica definición de Entman (1993). Por otra parte, las operaciones de recolección y procesamiento de esos datos resultan novedosas con relación a otros trabajos empíricos que analizan la cobertura mediática de temas políticos. Esta característica está dada por la combinación de procedimientos manuales con el análisis computarizado. Los primeros permiten la identificación de los indicadores manifiestos que componen los elementos de los *frames* y la codificación de los casos. Mediante el segundo es posible hallar las variables latentes que subyacen en los textos. La interpretación y la contextualización de esos encuadres es llevada a cabo por el analista.

El abordaje que proponen Matthes & Kohring (2008) tiene varias ventajas respecto de otros trabajos. En primer lugar, si bien el problema de la fiabilidad no se resuelve completamente, es reducido a la identificación de elementos de *frames*. Es por ello que "cuanto más manifiesta sea una variable, mayor es su confiabilidad" (p. 264). En segundo término, el grado de operacionalización de la definición hace que los codificadores o recolectores de datos no sepan qué encuadre están codificando, de modo que el impacto de sus interpretaciones es menor en esta instancia. Además, a diferencia de los abordajes deductivos, es posible detectar la emergencia de nuevos *frames*.

Pero no solo los niveles de confiabilidad de este tipo de estudios son mayores, sino también los de validez. Precisar operacionalmente los elementos de la definición teórica conduce a una mayor comprensión de aquello que se mide. Asimismo, los *frames* no son determinados subjetivamente por el analista sino sugeridos empíricamente por un método inductivo de agrupamiento de variables.

El estudio de David *et al.* (2011) analiza la cobertura mediática que obtuvieron las políticas de control demográfico en los periódicos filipinos *Philippine Daily Inquirer*, *Philippine Star* y *Manila Bulletin* entre 1987 y 2007. El análisis de contenido de las 346 piezas que componen el corpus implementa la propuesta metodológica de Matthes & Kohring (2008). Los resultados son confrontados, a través de varias pruebas estadísticas, con los obtenidos mediante la aplicación deductiva de una serie de *frames* definidos a partir de la lectura avezada de una muestra del corpus de análisis. Esta comparación les permite a los autores concluir que ambos métodos pueden alcanzar niveles aceptables de validez. Sin embargo, reconocen que el segundo presenta mayores dificultades cuando se estudian "cuestiones complejas o nuevas", toda vez que "la necesidad de tomar decisiones sobre las categorías de *frames* antes de comprender cómo los elementos se combinan para articular un *frame*" puede terminar atentando contra la validez de la investigación (David *et al.*, 2011, p. 346).

Ciertamente, el análisis de la cobertura periodística de una medida de política de comunicación con impacto directo en el sector de los medios de comunicación puede caracterizarse como una cuestión tanto nueva como compleja. Esto por la especificidad del caso que aborda, puesto que involucra directamente al campo que se estudia —los medios

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

de comunicación, dispositivos privilegiados para la difusión masiva de las informaciones y opiniones de interés público—, como por las características que signaron la creación de una nueva regulación para el sector, proceso que no se inicia ni se agota con el tema estudiado aquí.

En palabras de Becerra, la "apertura de la discusión sobre la función de los medios de comunicación, sobre sus intereses y alianzas, sobre sus reglas de juego y sobre sus líneas editoriales" que se produjo durante la última década resultó inédita, tanto a nivel local como regional (2014, p. 62). Así, quedó en evidencia que los medios no actúan con autonomía respecto del sistema político (Lang & Lang, 1981). En cambio, participan activamente en su funcionamiento. En efecto, la escasez de estudios previos que se hayan abocado a analizar los encuadres predominantes en la cobertura de cuestiones como las que aquí se proponen, aporta a la pertinencia de la perspectiva que entiende a los *frames* como emergentes de la suma de elementos de encuadre explícitamente enunciados en los textos noticiosos.

Por último, la Tesis de Maestría de la autora (Koziner, 2015a) es el antecedente más cercano a la presente investigación, en tanto allí se analizaron los encuadres que prevalecieron en el tratamiento que *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* hicieron del tramo del proceso de judicialización de la LSCA denominado "7D", entre noviembre y diciembre de 2012. Aunque el corpus y el caso bajo análisis son distintos, se trabajó con las mimas unidades de contexto y se llevó a cabo una operacionalización de la definición de Entman (1993) para la elaboración del libro de códigos. El procesamiento de los datos, realizado mediante el análisis jerárquico de *clusters* o conglomerados, arrojó que fueron dos los *frames* que dominaron la cobertura de los periódicos. En función de las características que asumió cada uno, se decidió llamarlos "Disputa político-institucional" y "Polarización político-económica".

El *frame* "Disputa político-institucional" encuadró al "7D" como un conjunto de controversias que se desplegaron en el seno de las instituciones democráticas. En este sentido, involucró centralmente a los distintos niveles del Estado y a los modos en los cuales estos lidiaron con un conflicto entre el Gobierno nacional y una empresa privada de medios de comunicación por la implementación de la Ley que regula al sector. No obstante, el sector empresarial tuvo un lugar marginal; en cambio, se destacó el protagonismo de los tres poderes del Estado.

Por su parte, el encuadre "Polarización político-económica" aludió al enfrentamiento político y económico entre las posturas del Gobierno nacional y el Grupo Clarín. Su dimensión política giró en torno a la libertad de expresión o a la pluralidad de voces en la esfera pública, dependiendo de con cuál de los polos se identificara el argumento central de la noticia. En cuanto a la dimensión económica, el eje de la controversia fue la propiedad de los medios de comunicación, aunque la forma de definirlo varió según el bloque con el cual se asociara el argumento: los actores relacionados con el Gobierno

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

aludían a la concentración de la propiedad de los medios; en tanto, los emparentados con el Grupo Clarín se referían al “desguace” o “confiscación” de su propiedad (Koziner, 2015a, p. 188).

Los hallazgos de ese trabajo fueron retomados en esta investigación en tres sentidos: en primer lugar, como insumo para la conceptualización de las variables críticas, pues —como se verá— los ejes que vertebraron la polarización política y económica se corresponden con los valores del interés público que estuvieron en disputa en la cobertura de la LSCA.

En segundo término, los resultados de dicha Tesis fueron concluyentes respecto de la inconveniencia de aplicar encuadres noticiosos genéricos al análisis de la cobertura de casos distintos a aquellos para los cuales dichos *frames* fueron originalmente creados. En efecto, en ese trabajo se llevó a cabo una aplicación deductiva de dos *frames* genéricos redefinidos por Aruguete & Koziner (2014)[199] como producto de su análisis del tratamiento del “7D” en la prensa argentina generalista. A pesar de que se trató del mismo caso en el idéntico período de tiempo y en el mismo país, Koziner (2015a) comprobó que solo uno de esos *frames* estuvo presente en la cobertura de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* del mismo modo que en el trabajo de Aruguete & Koziner (2014): el encuadre denominado “Consecuencias económicas”[200]. Los indicadores manifiestos que integraban el otro encuadre —“Culpabilidad por el conflicto”[201]—, exhibieron un comportamiento que no permitió agruparlos en una misma variable latente o *frame*.

Por último, el análisis de *clusters* o conglomerados funcionó como un método eficiente para la identificación de *frames* en la instancia del procesamiento de los datos. Este “método estadístico multivariante de clasificación automática de datos” (Pérez, 2004, p. 417) busca agrupar los casos —unidades de análisis— en conjuntos, conglomerados o *clusters*, lo más homogéneos posible a partir de una tabla de casos-variables. El análisis funciona, así, como un mecanismo de clasificación que detecta y describe, mediante algoritmos matemáticos, grupos de características similares dentro de un universo aparentemente heterogéneo de casos (Vilà-Baños, Rubio-Hurtado, Berlanga-Silvente, & Torrado-Fonseca, 2014). Como resultado de este proceso, cada caso es asignado a un grupo específico que, en última instancia, conforma un encuadre.

El análisis de contenido cuantitativo

El análisis de contenido comenzó a utilizarse como técnica de estudio de los mensajes mediáticos alrededor de la década de 1930, cuando se crearon las escuelas de periodismo en Estados Unidos. A partir de la preocupación científica sobre los vínculos entre la opinion pública, la propaganda política y la estructura política norteamericanas, esta técnica cobró un gran impulso que llegó a su momento de mayor desarrollo durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Posteriormente, se extendió a otros campos de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

estudio como la historia, la etnología y la lingüística, y se incorporaron las herramientas informáticas al procesamiento de los datos, aunque sus aplicaciones en el ámbito de la comunicación masiva siguieron siendo las predominantes (Igartua, 2006a; Krippendorff, 1990).

Una de las definiciones clásicas del análisis de contenido es la formulada por Krippendorff, quien la describe como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (1990, p. 28). En este sentido, procura desarrollar los pasos de un protocolo de procedimientos que debe seguirse para el procesamiento de datos que están disponibles, aunque no lo esté su contexto. Así, se obtienen resultados reproducibles, es decir, alcanzables por cualquier analista que aplique la misma técnica a los mismos datos.

Mediante esta herramienta es posible reconstruir la arquitectura de los mensajes de los medios en cualquier soporte, comprender su estructura, conocer sus componentes y cómo funcionan. La disección de los productos mediáticos permite, además, “inferir y predecir sus mecanismos de influencia” (Igartua, 2006a).

Por consiguiente, la pretensión central del análisis de contenido no reside en la simple descripción de los contenidos manifiestos de un texto comunicativo, sino más bien en lo que estos son capaces de decir de otros fenómenos distintos a los directamente observados (Bardin, 2002). El analista aplica una serie de mecanismos lógicos a la información disponible y deduce así conocimientos sobre la porción de la realidad a la que dicha información refiere e, incluso, también sobre el contexto en el que ella es producida (Krippendorff, 1990).

Distintos especialistas (Colle, 2011; Igartua, 2006a; Igartua & Humanes, 2004; Krippendorff, 1990; Neuendorf, 2002) coinciden en adjudicarle tres características centrales a los procedimientos previstos por esta técnica: son sistemáticos, cuantitativos y objetivos. La primera propiedad alude fundamentalmente a que cada una de las unidades de análisis que integran el universo que será sometido a análisis debe ser tratada con las mismas reglas precisas y explícitas a lo largo de todo el estudio. La segunda implica que posibilita resumir el resultado de un sistemático y minucioso examen de una serie de mensajes a un conjunto de cifras estadísticas que permiten extraer conclusiones (Igartua, 2006a). El carácter objetivo, por su parte, alude a que “dos codificadores diferentes deben llegar a los mismos resultados”, por lo que se debe reducir al mínimo el sesgo del analista (Bardin, 2002, p. 27).

Sin embargo, es importante hacer algunas consideraciones que relativizan las últimas dos propiedades. En primer término, aunque el abordaje cuantitativo tiene la ventaja de procesar grandes cantidades de mensajes para identificar, así, recurrencias y co-ocurrencias, este incluye instancias cualitativas que son constitutivas del proceso. En la instancia del diseño de la investigación, la identificación de las “variables críticas” que se habrán de analizar en consonancia con los objetivos de la investigación (Igartua, 2006),

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

requieren de una “inmersión cualitativa” (Neuendorf, 2002) o “análisis intensivo” (Colle, 2011) en el corpus de estudio. Del mismo modo, la interpretación de los resultados involucra una mirada fuertemente cualitativa.

La objetividad tiende a homologarse con la precisión del método científico (Colle, 2011), aunque se admite que se trata de una meta imposible de alcanzar, en tanto cualquier intervención humana está cargada de subjetividad (Igartua, 2006a). Por esa razón, la objetividad, cuya preocupación consiste en responder “¿es esto cierto?” es reemplazada por la intersubjetividad. Esta última procura que distintos investigadores coincidan en contestar si “¿estamos de acuerdo en que esto es cierto?” (Igartua, 2006, p. 182). Por ese motivo, el análisis de contenido supone la incorporación de instancias intersubjetivas de validación de las herramientas y de los procedimientos. En efecto, la denominada “fiabilidad intercodificadores” (*Intercoder Reliability*) apunta a medir el grado de consenso alcanzado entre diferentes investigadores que deben participar de la instancia de recolección de los datos (Igartua & Humanes, 2004).

En relación con lo anterior, esta Tesis sostiene, junto con lo planteado por Zunino (2015) que la objetividad no es una pretensión epistemológicamente válida en este tipo de investigaciones. En cambio, se apunta a llevar a cabo un trabajo empírico de carácter sistemático cuyos resultados sean alcanzados mediante procedimientos válidos y fiables[202].

El análisis de contenido prevé la concreción de una serie de etapas sucesivas que deben cumplimentarse a fin alcanzar la sistematicidad (Igartua & Humanes, 2004; Piñuel Raigada, 2002). Al a vez, cada una de ellas conlleva una serie de tareas específicas.

El primer paso consiste en identificar las “variables críticas”[203] que se pretende analizar en los textos y definirlas con la mayor precisión posible. Estas son aquellas se convertirán “en los rasgos centrales para realizar una correcta comprensión del corpus de mensajes de acuerdo con los objetivos e hipótesis del estudio” (Igartua, 2006a, p. 200). Las variables pueden ser manifiestas o latentes y referirse a aspectos formales o temáticos —de contenido—.

Luego, se constituye el universo de análisis o población, que se lleva a cabo en función de aquello que se pretende investigar. Si fuera necesario, se toma una muestra para establecer cuáles serán las unidades concretas que se someterán a codificación. Para concretar esa tarea, es imprescindible la operacionalización de las variables previamente conceptualizadas y la elaboración de un sistema categorial, que debe ser exhaustivo y recíprocamente excluyente. Un sistema “es recíprocamente excluyente si cada unidad de análisis puede encasillarse en una y solo una categoría” y es exhaustivo cuando “toda unidad de análisis ha de poder ser encasillada en alguna categoría” del sistema elaborado (Igartua & Humanes, 2004, p. 11).

Esta información queda plasmada en el libro de códigos (*codebook*). Pieza fundamental del análisis de contenido, el libro de códigos puede definirse como “un

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

documento que agrupa las categorías utilizadas en la investigación y aporta instrucciones claras, precisas y sin ambigüedades posibles" (Frutos Esteban, 2008, p. 270).

Mediante la codificación, se recoge de cada una de las unidades de registro[204] todos los datos previstos por el *codebook*. Esta tarea se realiza con una ficha[205] en la cual se plasma la información, de modo similar a como se completa el cuestionario de una encuesta (Gaitán & Piñuel, citados en Igartua & Humanes, 2004). Acto seguido, se evalúa el proceso de codificación a través de ciertas pruebas que permiten medir los niveles de fiabilidad del trabajo. Finalmente, se procesan los datos y se obtienen los resultados, que serán interpretados a fin de sacar las conclusiones de la investigación.

Diseño de la investigación

En los próximos apartados se describen cada una de las dimensiones, indicadores y procedimientos puestos en marcha en esta investigación, de acuerdo con la estrategia metodológica y en función de los objetivos planteados.

Unidades de análisis

Las unidades seleccionadas para el análisis de contenido pueden ser definidas, en términos generales, como cada uno de los elementos que se han de codificar (Igartua & Humanes, 2004). Es decir, todos los artículos periodísticos publicados acerca de la LSCA durante el período que va desde el 1 de marzo hasta el 31 de octubre de 2009. Se incluyeron piezas periodísticas de todos los géneros y se revisaron todas las secciones, incluyendo los suplementos.

En concordancia con el principio de sistematicidad que caracteriza al análisis de contenido cuantitativo (Bardin, 2002; Colle, 2011; Igartua, 2006b; Krippendorff, 1990), todos los artículos o mensajes bajo estudio fueron seleccionados y codificados de acuerdo con las mismas reglas precisas y explícitas. Asimismo, los criterios utilizados para el tratamiento de las unidades — tanto en la etapa de la codificación como en la del análisis— son siempre los mismos y se sostienen a lo largo de todo el estudio (Igartua & Humanes, 2004).

Dentro del análisis de contenido, Colle (2011) distingue tres tipos de unidades de análisis: las de muestreo, las de registro y las de contexto. Las primeras son aquellas unidades físicas, lógicamente independientes unas de otras, que deben ser recogidas y conservadas para su estudio. En esta Tesis, las unidades de muestreo son las 350 notas que conforman el corpus, así como aquellas tapas en las cuales se hizo mención a alguna de esas notas. Cada una de ellas constituye una unidad de significación independiente. Es decir que la inclusión o exclusión de un artículo periodístico "carece de consecuencias lógicas o empíricas en lo que se refiere a las elecciones entre otras unidades"

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

(Krippendorff, 1990).

Las unidades de registro, por su parte, son aquellos segmentos específicos de contenido que se caracterizan al clasificarlos en una categoría determinada (Holsti, 1969). Se trata de distintas partes de la unidad de muestreo, no necesariamente identificables físicamente, relacionadas lógica y semánticamente con otras unidades de registro de una misma unidad de muestreo. En este trabajo, se toman como unidad de registro las secciones, la página completa, los titulares, cintillos, bajadas, entradillas, epígrafes, fotografías, firmas y cuerpo del texto. Del mismo modo, se registran los títulos de tapa. Según la variable considerada, la unidad de registro puede variar[206].

Las unidades de contexto ofician de unidades de comprensión al codificar las unidades de registro (Bardin, 2002). A la vez, son fundamentales a la hora de interpretar los resultados que arroja el procesamiento de los datos recogidos en la instancia de codificación. En el marco de la presente investigación, las unidades de contexto son dos periódicos nacionales radicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y especializados en economía y finanzas: *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*. Su caracterización histórica y estructura actual, así como la labor de periodistas y editores y algunos rasgos relevantes de la cobertura de la LSCA, se desplegaron en el **Capítulo 3**.

Como se ha dicho, la elección de estos diarios responde a dos motivos centrales. En primer lugar, se trata de empresas periodísticas no afectadas directamente por la LSCA, en tanto la prensa gráfica no se encontraba alcanzada por la medida. *Ámbito Financiero* se desempeña únicamente como periódico impreso y *online* y, durante el período estudiado, no contaba con negocios en el ámbito de la comunicación audiovisual. Por esa razón, se presume que su postura editorial al respecto no se vio afectada —al menos, no directamente— por sus intereses empresarios.

En el caso de *El Cronista Comercial*, el grupo empresario al cual pertenece contaba con participación accionaria en empresas vinculadas a la producción audiovisual. Se trata del GdN, cuyo propietario durante el período estudiado aquí era socio minoritario del Grupo Uno Medios en el canal América TV. A su vez, Uno Medios, conducido por los empresarios Daniel Vila y José Luis Manzano, contaba con la mayoría accionaria de dicho canal y se vería obligado a adecuarse a una nueva ley de SCA, tanto en términos de admisibilidad —por poseer participación o vinculación societaria con empresa prestataria de servicio público— como de cuota de mercado.

En segundo término, ambos periódicos están especializados en economía y finanzas. Teniendo en cuenta que la sanción de una nueva Ley para los medios audiovisuales implicaría la reconfiguración del mercado nacional de medios, se presume que el tema revistió singular importancia en las agendas de estos matutinos.

Universo de análisis

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

El universo de análisis delimitado para la Tesis está conformado por el conjunto de los artículos periodísticos publicados por *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, entre el 1 ° de marzo y el 31 de octubre de 2009. En total, se recabaron 350 unidades en los dos periódicos. Dado que se trata de un universo abarcable, se consideró que no sería necesario tomar una muestra representativa de la población (Krippendorff, 1990), lo cual evitaría exponer el estudio a los márgenes de error inherentes a las técnicas de muestreo (Sautu, 2003).

Con posterioridad, se delimitó una muestra al azar conformada por 50 unidades —el 14,3%[207]—, sobre las cuales se llevó a cabo una "inmersión cualitativa" (Neuendorf, 2002). La información surgida de esta instancia en combinación con el análisis de la LSCA y la descripción de los diarios permitió elaborar las "variables críticas" de la investigación (Igartua, 2006). Además, fue central para la formulación de los distintos valores —o categorías— que pueden adoptar los elementos que componen los *frames*.

Libro de códigos para el análisis de contenido

El libro de códigos de esta investigación, elaborado para el análisis de contenido de la prensa gráfica, está estructurado en dos grandes ejes. El primero de ellos está orientado a relevar las pautas formales de la información y su objetivo principal es describir las características básicas del universo de análisis de la Tesis. Dentro de esta dimensión se sitúa, además, la relevancia que adquiere la información publicada acerca de la LSCA.

El segundo eje está conformado por dos variables críticas, cada una de las cuales es operacionalizada en una serie de dimensiones, indicadores y categorías directamente observables en la superficie discursiva. La primera variable es el *standing*, definido como la capacidad de una fuente de constituirse en una voz legítima en los medios de comunicación (Ferree *et al.*, 2002). La segunda, el *framing*, es conceptualizado como el proceso de creación de *frames* o encuadres. Estos son principios organizadores de la información, socialmente compartidos y durables, que actúan en el plano simbólico para estructurar el sentido (Reese, 2001). A fin de identificarlos, se lleva a cabo una operacionalización de la definición de "encuadrar" propuesta por Entman (1993), que toma como antecedente fundamental un trabajo previo (Koziner, 2015a) sobre el tratamiento del tramo de la judicialización de la LSCA denominado "7D" en la prensa económica.

Datos básicos de identificación

En primer lugar, se le asigna a cada nota un número de unidad de análisis, comenzando a partir de 1. Luego, se indica la 'fecha de publicación' de la misma y se transcribe textualmente el título de la unidad de análisis. Finalmente, se describe brevemente cuál es el acontecimiento noticioso más importante relatado en la pieza periodística.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Importancia del caso

Las variables desarrolladas en este apartado remiten a la "importancia editorial" (Matthes & Kohring, 2000) que adquieren las notas en función de la pretensión de atraer la atención de los lectores. De este modo, la importancia o relevancia está dada por la frecuencia de cobertura del tema, la ubicación del texto noticioso, el acompañamiento gráfico y su tamaño (Amadeo, 2008).

Con el propósito de ponderar la frecuencia de cobertura de la LSCA que cada 'periódico' le dedicó al caso, se identifica cada uno de estos con un número, que se le asigna a cada nota según dónde haya sido publicada: 1= *Ámbito Financiero;* 2= *El Cronista Comercial*. Asimismo, se indica el 'día de la semana' en que fue hecha la publicación. Dado que ambos periódicos se publican solo de lunes a viernes, se excluyen los fines de semana: 1= Lunes; 2= Martes; 3= Miércoles; 4= Jueves; 5= Viernes.

A continuación, se computa la semana concreta en la cual fue publicada la nota, pues el período bajo estudio abarca un total de 35 semanas:

1= Del 02/03 al 06/03/2009
2= Del 09/03 al 13/03/2009
3= Del 16/03 al 20/03/2009
4= Del 23/03 al 27/03/2009
5= Del 30/03 al 03/04/2009
6= Del 06/04 al 10/04/2009
7= Del 13/04 al 17/04/2009
8= Del 20/04 al 24/04/2009
9= Del 27/04 al 01/05/2009
10= Del 04/05 al 08/05/2009
11= Del 11/05 al 15/05/2009
12= Del 18/05 al 22/05/2009
13= Del 25/05 al 29/05/2009
14= Del 01/06 al 05/06/2009
15= Del 08/06 al 12/06/2009
16= Del 15/06 al 19/06/2009
17= Del 22/06 al 26/06/2009
18= Del 29/06 al 03/07/2009
19= Del 06/07 al 10/07/2009
20= Del 13/07 al 17/07/2009
21= Del 20/07 al 24/07/2009
22= Del 27/07 al 31/07/2009
23= Del 03/08 al 07/08/2009
24= Del 10/08 al 14/08/2009
25= Del 17/08 al 21/08/2009
26= Del 24/08 al 28/08/2009
27= Del 31/08 al 04/09/2009
28= Del 07/09 al 11/09/2009
29= Del 14/09 al 18/09/2009
30= Del 21/09 al 25/09/2009
31= Del 28/09 al 02/10/2009
32= Del 05/10 al 09/10/2009
33= Del 12/10 al 16/10/2009
34= Del 19/10 al 23/10/2009
35=Del 26/10 al 30/10/2009.

Luego de relevar los datos cuyo procesamiento permitirá medir la frecuencia de cobertura del caso, se computa el 'género periodístico' al que pertenece el artículo mediante la asignación de un número a cada uno de ellos: 1= Noticia; 2= Recuadro; 3= Entrevista; 4= Editorial; 5= Nota de opinión o análisis de un periodista o editor del diario; 6= Columna firmada por persona externa al diario; 7= Informe especial; 8= Otros formatos.

Para la correcta codificación de la variable, se desarrollan las características de cada género:

- La 'noticia' o 'crónica' es la representación de un acontecimiento de la actualidad. Su estructura interna se organiza en función de la relevancia de la información. Está compuesta por un título, una cabeza o primer párrafo que, por lo general, resume el suceso principal y un cuerpo de la nota en el cual se desarrolla la información presentada en la cabeza y puede responder a las seis preguntas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿dónde, ¿cuándo? y ¿por qué?, según la importancia de cada una para el caso. (Clarín, 1997).
- El 'recuadro' es una nota breve en la cual el texto está constituido por la cabeza o entradilla y donde solo se relata el hecho principal de la noticia, por

lo general, de importancia secundaria o incluso anecdótica (El País, 2002)

- La ‘entrevista’ ofrece información derivada del diálogo entre el periodista y una única fuente: el entrevistado (Muñiz, 2007).

- La ‘editorial’ de un diario es elaborada por el director o por un editor con un alto grado jerárquico dentro del medio y apunta a un análisis que expresa la palabra oficial de una publicación (Aruguete, 2011).

- La ‘nota de opinión o análisis’ puede ser escrita por un editor o por un periodista especializado en el caso analizado y aporta un enfoque temático de la información (Iyengar, 2007). Puede constituirse en una muestra explícita de la postura del medio frente a uno u otro aspecto del tema (Aruguete, 2011).

- Las ‘columnas’ son notas de opinión o análisis sobre algún tema de actualidad escritas por personas o instituciones externas al periódico aunque, por lo general, colaboradores o invitados habituales. Su intención, además de dar a conocer la opinión del autor, es literaria y, en ocasiones, pragmática (Aruguete, 2011). Puesto que los autores no pertenecen a la plantilla estable del diario, su participación da cuenta del tipo de fuente —individual y/o institucional— convocada para estudiar o analizar determinados temas.

- El ‘informe especial’ consiste en una nota de investigación que no versa alrededor de una noticia de último momento sino que relaciona diversos aspectos de un tema, objeto o personaje desde una mirada analítica, más abstracta y menos episódica (Aruguete, 2011).

Acto seguido, se computa la ‘sección’ en la que aparecen publicadas las notas. Teniendo en cuenta que los periódicos estudiados no utilizan las mismas clasificaciones para denominarlas, el criterio de codificación de esta variable se establece de acuerdo con el tipo de información que se incluye en cada una de las categorías. Los valores que se utilizan para computar la sección en la que se publica la nota son los siguientes: 1= Economía & Política[208]; 2=Sección especial[209]; 3= Negocios & finanzas; 4= Opinión; 5= Información General; 6= Espectáculos; 7=Internacionales; 8= Suplemento; 9= Contratapa; 10= Otras.

Las noticias que se publican en las portadas de los periódicos tienen, al menos, el doble de lectores que las de sus páginas interiores (McCombs, 2006), hecho que las constituye en una medida relevante para evaluar la importancia de la cobertura de un caso (Wanta, 1997). En consecuencia, se determina si la unidad de muestreo aparece en la portada del periódico y, en caso afirmativo, cuál es el lugar que ocupa. Los valores para la codificación de la ‘aparición en portada’[210] son los siguientes: 0= No aparece en tapa; 1= Título principal; 2= Título secundario; 3= Destacado subordinado; 4= Destacado; 5= Recuadro de tapa; 6= Otros.

A fin de disipar la posibilidad de equívocos en la codificación de esta variable, se desarrollan las características de cada uno de los títulos de portada (señalados en la **Imagen 4.1**):

- Título principal. Aparece ubicado en la parte central superior de la portada. Se lo reconoce por su tamaño y ubicación. De acuerdo con el diseño de los periódicos, puede estar o no acompañado por imágenes.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

- Título secundario. Es el segundo título en importancia en la portada del diario y no está ligado temáticamente al título principal. En el caso de *Ámbito Financiero*, su ubicación puede variar, pero se lo reconoce por el tamaño de la tipografía. Más pequeña que la del título principal, se destaca del resto y puede estar acompañado por una imagen. En *El Cronista* suele situarse por debajo del principal, aunque esto puede modificarse según las ediciones. También se diferencia del resto por su tamaño pero, comúnmente, no lleva imagen. En ambos periódicos suele haber un título secundario por portada, aunque puede haber más de uno o ninguno.

- Destacado subordinado. Está ligado temáticamente al título principal o al secundario, pero remite a una pieza periodística diferente. Por lo general, se refiere a noticias o columnas sobre algún aspecto particular del tema del título al que se subordina y su tamaño es significativamente menor.

- Destacado. No está relacionado con los títulos principal ni secundario, pero es el que le sigue en importancia. En el caso de *Ámbito Financiero*, pueden aparecer dentro de un recuadro de color negro o acompañado por alguna imagen. En cuanto a *El Cronista*, es posible que se lo presente dentro de un recuadro sombreado de algún color —celeste, mostaza o terracota— y/o acompañado por una imagen.

- Recuadro de tapa. Se trata del resto de los títulos que aparecen en portada y que no pueden ser categorizados bajo ninguna de las opciones anteriores. Varían en tamaño y acompañamiento gráfico, pero son los de menor importancia. En *Ámbito Financiero*, se los suele presentar dentro de una casilla negra o sombreada de color verde o mostaza. En *El Cronista*, pueden aparecer encasillados o no.

- Otros. Son aquellos que no pueden identificarse con ninguna de las categorías anteriores.

Imagen 4.1. Tipos de titulares de tapa

Fuente: *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*[211].

La presencia de 'elementos gráficos' también resulta un indicador de la importancia que adquiere la información sobre un caso. Las notas que llevan imágenes ilustrativas incorporadas tienen posibilidades de captar la atención de un mayor número de lectores que aquellas que no lo están (McCombs, 2006), por lo que se las considera más relevantes. Esta variable puede asumir los siguientes valores: 0= Sin imágenes; 1= Fotografías; 2= Infografías; 3= Documentos; 4= Dibujos / caricaturas; 5= Otros; 12=

Fotografías e infografías; 13= Fotografías y documentos; 14= Fotografías y dibujos /caricaturas; 23= Infografías y documentos; 24= Infografías y dibujos / caricaturas; 34= Documentos y dibujos / caricaturas.

El siguiente paso consiste en medir el 'tamaño del artículo'[212]. Esta variable es considerada una de las que permite dar cuenta de la importancia de la nota. Se codifica según los siguientes valores: 1= Menos de 1/4 de página; 2= Entre 1/4 de página y menos de 1/2 página; 3= Entre media página y menos de 3/4 de página; 4= 3/4 de página o más, pero no página completa; 5= Página completa; 6= más de una página[213]**.**

Los artículos situados en las primeras páginas del periódico son las que, después de las portadas, adquieren mayor visibilidad. Por esa razón, son más importantes que el resto de las notas en la cobertura informativa. De igual modo, la portada y las primeras páginas de los suplementos, así como la contratapa, son indicadores de importancia (Matthes & Kohring, 2000). Es por ello que se releva el 'tipo de página'[214] en la cual son publicadas las notas, según el siguiente sistema categorial: 1= Segunda o tercera página; 2= entre la cuarta y la décima página; 3= Portada de suplemento; 4= Segunda o tercera página de suplemento; 5= Resto del periódico; 6= Contratapa de suplemento[215]; 7= Contratapa del periódico; 8= Otra.

Seguidamente, se computa la 'autoría'[216] de las notas, pues la firma de las notas es uno de los dispositivos que, junto con el tipo de formato utilizado para el desarrollo de la información, su ubicación en el cuerpo del periódico y su incorporación en una u otra sección, da cuenta de la importancia que se le asigna al tratamiento informativo de un caso (Aruguete, 2011b). Los valores establecidos para la codificación de esta variable son los siguientes: 0= sin firma; 1= Periodista del diario; 2= Editor; 3= Director del diario; 4= Columnista externo al diario; 5=Agencia de noticias; 6= Otros.

Standing

No todos los actores sociales poseen las mismas oportunidades de hacer oír su voz en los medios de comunicación. Múltiples factores institucionales, políticos, económicos, sociales y culturales intervienen para que ello se produzca. El término *standing*, propuesto por Ferree *et al.* (2002) y traducido aquí como "crédito", implica tener voz en los medios. En esta investigación, se entiende que determinado actor obtiene crédito en los medios cuando se le otorga visibilidad, se lo cita, no se emiten valoraciones negativas sobre el discurso que utiliza para expresarse sobre la LSCA y la evaluación moral de este *issue* promovida por dicho actor no contradice la del encuadre general de la nota[217].

Las primeras dos dimensiones —la visibilidad y la cita— se relevan a partir de rastrear en el texto hasta los dos '*speakers'* o portavoces más importantes. Por portavoz se entiende a aquellas personas, grupos o instituciones que emiten algún tipo de declaración que se considera "codificable". Es decir, relacionadas con el debate alrededor de los medios

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

de comunicación y la LSCA. Estos pueden pertenecer al sector público, empresarial o de la sociedad civil.

Aquellos actores que no cuentan con código propio, son computados como la institución o grupo al cual pertenecen y representan. Por ejemplo, la declaración de un diputado nacional es clasificada como “Cámara de Diputados”. Por otra parte, en aquellos casos en los cuales la fuente pueda ser computada en más de una categoría —concretamente, un diputado que, además, es autoridad de un partido político— se tiene en cuenta la pertenencia institucional a la cual se le adjudica mayor importancia en el texto.

La definición de *speaker* puede homologarse a la de “fuentes”, formulada por Herbert Gans (2004, p. 80)[218]. El autor las define como aquellos “actores que el periodista observa o entrevista [y cuya característica más importante consiste en que] suministran informaciones en cuanto miembros o representantes de grupos de interés organizados y no organizados o de otros sectores más amplios de la sociedad”.

> 0= No se identifica. Se asigna este valor cuando se menciona la existencia de alguna fuente que se omite identificar, como en el caso de los *off the record*[219].
>
> 1= Presidenta Cristina Fernández de Kirchner. Se computa esta categoría cuando se cita a la Presidenta de modo individual, ya sea por su nombre o por su cargo institucional.
>
> 2= Gobierno Nacional. En esta categoría se incluyen todos los funcionarios y dependencias pertenecientes al Poder Ejecutivo Nacional que no cuenten con categoría propia.
>
> 3= COMFER. Abarca tanto al organismo como a los funcionarios que en él se desempeñan.
>
> 4= Poder Judicial. Esta categoría contiene a todas las instancias del Poder Judicial de la Nación.
>
> 5= Miembros del oficialismo en el Congreso Nacional. Se computa esta categoría cuando se citan declaraciones de diputados y/o senadores de la nación que pertenecen al oficialismo o a fuerzas aliadas a este.
>
> 6= Miembros de la oposición en el Congreso Nacional. Se incluye aquí a diputados o senadores pertenecientes a partidos políticos de oposición al oficialismo.
>
> 7= Congreso Nacional en términos generales. Cuando se nombra cualquiera de las dos cámaras del Poder Legislativo, sin precisar ningún bloque o fuerza política específica.
>
> 8= Empresas u organizaciones de empresas de medios de comunicación. Dentro de los primeros se incluyen también empresarios de medios y proveedores de servicio de cable, así como grupos empresarios: tal el caso de Clarín, Grupo Uno, etc. Respecto de las segundas, se incluyen asociaciones como ADEPA, ATVC o SIP.
>
> 9= Asociaciones, movimientos, sindicatos, organizaciones sin fines de lucro, como la CRD.
>
> 10= Especialistas. Académicos, investigadores, técnicos y docentes especializados en el tema.
>
> 11= Partidos políticos. Incluye a representantes o a instituciones partidarias pertenecientes al oficialismo o a la oposición. Aunque puede o no desempeñar un cargo en alguna institución del Estado, se computa esta categoría cuando se alude a la fuente en su carácter partidario.
>
> 12= Periodistas o trabajadores de los medios de comunicación.
>
> 13= Néstor Kirchner. Se computa esta categoría cuando se cita al ex Presidente de modo individual, ya sea por su nombre o por el cargo

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

institucional que ejerció o ejerce.

14= Gobiernos provinciales o municipales. Incluye a funcionarios y/o dependencias bajo su órbita.

15= Empresas o entidades del sector de las telecomunicaciones. En esta categoría se incluye a empresas de telefonía, como Telefónica o Telecom, así como a asociaciones empresarias (por ejemplo, CIComRA) y cooperativas que ofrezcan este tipo de servicios. Incluye a sus representantes aludidos de forma individual.

16= Otros no contemplados en las categorías anteriores.

99= No corresponde. No se cita directa o indirectamente ninguna fuente de información.

Por lo general, son las fuentes oficiales[220] las que aportan gran parte de la información, dado que ellas revisten noticiabilidad más allá del contenido (Aruguete, 2007). La importancia de estos actores como proveedores centrales de las noticias reside en el reconocimiento que detentan en relación con el resto de los actores. Por otra parte, funcionan como estrategia de legitimación, en tanto las fuentes oficiales promueven un anclaje de credibilidad en los lectores (Martini, 2000). Consecuentemente, la mayoría de las veces los periodistas tienden a reproducir la visión de los asuntos que sugieren las instituciones oficiales (Bennett, 1996).

A la vez, el grado de visibilidad que obtiene un actor en los medios suele estar vinculado con el nivel de responsabilidad que se le atribuye (Iyengar & Kinder, 1987). Con el propósito de establecer el tipo de visibilidad que *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* dan a los *speakers* vinculados a este fenómeno y analizar si estos son presentados en términos individuales o institucionales, se codifican dos variables[221]:

¿Cómo se menciona al *speaker*? 1= Fuente no identificada (persona no identificada, *off the record*, etc.); 2= Con nombre y cargo (por ejemplo: el presidente de ADEPA, Gustavo Vittori); 3= Con nombre pero sin cargo (por ejemplo: Gabriel Mariotto); 4= Con cargo pero sin nombre (por ejemplo: la Presidenta de la Nación); 5= Fuente cercana a una persona o cercana o perteneciente a una institución (por ejemplo: “los propietarios de medios”, “fuentes cercanas al oficialismo”); 6= Solo con el nombre de la institución (por ejemplo: la CRD); 7= Otros no contemplados en las categorías anteriores; 99= No corresponde (no hay *speaker* 1 o 2, según el caso).

Se indaga el emplazamiento de las fuentes pues, en la mayoría de los casos, los individuos mencionados en las notas periodísticas suelen detentar cargos públicos (Amadeo, 1999). Ello permitirá conocer si la cobertura hace hincapié en la ‘atribución individual’, en la ‘institucional’ o esta es de carácter ‘mixto’ (Aruguete, 2011b)[222]. La primera categoría se refiere a los individuos que son identificados por su nombre, sin hacer mención al cargo que ocupan o a su pertenencia institucional. La segunda, identifica a las instituciones o cargos que son aludidos sin hacer ninguna referencia individual. La atribución mixta, por último, incorpora ambos rasgos: el nombre del actor y el cargo que ocupa o su pertenencia institucional.

Tipo de fuente: 0= No se identifica (no se precisa su carácter), 1= Fuente oficial (cuando

proviene del Gobierno, de alguno de sus ministerios, secretarías u otros organismos bajo su égida, así como del Poder Legislativo o del Judicial), 2= Fuente no oficial (cualquier persona o institución que no es funcionario público o dependencia gubernamental, 3= Otros no incluidos en las categorías anteriores; 99= No corresponde (no hay *speaker* 1 o 2, según el caso).

Acto seguido, se relevan los juicios valorativos esgrimidos por el autor de la nota acerca de los dichos o actitudes de los *speakers*. A partir de la conceptualización de estos autores y retomando la propuesta de Zunino (2015), se establecen tres categorías en función de las dicotomías "moral–inmoral", "legal–ilegal", "socialmente aceptable–inaceptable", "encomiable– deplorable" y "normal–anormal" (White, 2000, citado en Zunino, 2015). Se codifica esta variable para los dos portavoces más importantes de la nota:

> 1= Valoración positiva: los dichos y comportamiento de un portavoz son evaluados de manera positiva cuando se enaltecen sus cualidades morales, cuando su comportamiento no infringe reglas y se atiene a las normas sociales, cuando sus acciones son socialmente aceptables o, incluso, cuando sus dichos o acciones son apreciados como deseables o loables. También se codifica esta categoría cuando el *speaker* es considerado generador de beneficios para el conjunto de la sociedad y/o el bien común.
>
> 2= Valoración indefinida: se computa esta categoría cuando los dichos y acciones de los portavoces no son valorados explícitamente en la pieza periodística. También se computa esta categoría cuando prevalecen contenidos ambiguos en los cuales los juicios negativos y positivos aparecen balanceados.
>
> 3= Valoración negativa: los dichos y el comportamiento de un *speaker* son evaluados negativamente cuando se le adjudican rasgos inmorales, cuando son considerados socialmente inaceptables o conflictivos; cuando se hace hincapié en la vulneración de reglas y normas sociales o, incluso, cuando son directamente calificados como deplorables. También se codifica esta categoría cuando los dichos y acciones del *speaker* son expresamente juzgados como no deseables y/o inconvenientes para el conjunto de la sociedad y/o el bien común.
>
> 99= No corresponde. Se codifica cuando no se ha identificado un portavoz sobre cuyas declaraciones y acciones emitir un juicio valorativo.

Los actores que alcanzan un nivel de *standing* participan activamente en los intercambios que dan forma a los debates mediáticos y públicos (Ferree *et al.*, 2002). Por esa razón, como se verá en el apartado **4.2.6.3.4.3 Evaluación moral,** se computa también la evaluación moral que contienen las ideas por ellos expresadas en los textos (David *et al.*, 2011; Entman, 1993; Koziner, 2015a; Matthes & Kohring, 2008) y que conforman la cuarta dimensión de análisis del *standing*.

Framing

Un *frame* es una variable abstracta y difícil de codificar en ese tipo de análisis. Algunos lo han definido como un concepto escurridizo en términos metodológicos (Maher, 2001; Van

Gorp, 2007). En este sentido, los trabajos de Matthes & Kohring (2008) y de David *et al.* (2011), así como el de Koziner (2015a) —antecedente más relevante de esta investigación— han procurado demostrar la productividad analítica que conlleva la operacionalización de la clásica definición de Entman (1993) para detectar y medir la presencia de *frames* de modo válido y confiable. Según este investigador, encuadrar es seleccionar ciertos aspectos de aquello que es percibido como la realidad y otorgarles relevancia en un texto de modo que se defina una situación problemática, se la evalúe moralmente, se diagnostiquen sus causas y se recomienden soluciones o formas de tratarlo. Así, los encuadres diagnostican, evalúan y prescriben (Gamson, 1992).

A partir de las herramientas proporcionadas por estas investigaciones, se identifican cuatro elementos o componentes que integran los *frames*: definición del problema, evaluación moral, interpretación causal y recomendación de tratamiento. A su vez, cada una de estas dimensiones está formada por distintas variables de diferentes grados de abstracción cuyos indicadores son rastreados en los textos noticiosos. La particular combinación de esos elementos en la superficie mediática configura ciertos patrones de presentación de la información cuya recurrencia los constituye en *frames*. En este sentido, puede pensarse a los *frames* como el producto de la suma de sus partes; es decir, de sus *frame elements* (elementos de encuadre) (Matthes & Kohring, 2008).

A continuación, se define cada una de las dimensiones que componen los encuadres sobre la LSCA, así como sus variables y las categorías que estas con capaces de asumir.

Definición del problema

Para la definición del problema se retoman aportes de los trabajos de Matthes & Kohring (2008), David *et al.* (2011), Koziner (2015) y Ferree *et al.* (2002). Esta función del fenómeno de encuadre está integrada por una serie de componentes que integran los *frames*: una arena adonde se desarrolla la acción, un tópico o *issue* acerca del cual trata el acontecimiento descrito en las noticias, un tema central que agrupa varios tópicos relacionados entre sí y los actores que los protagonizan mediante sus dichos y/o acciones.

<u>Arena del acontecimiento relatado</u>

Aunque el análisis de contenido indaga en las profundidades de la arena mediática, los acontecimientos relatados en las noticias evocan distintos ámbitos en los que estos se desarrollan y dentro de los cuales cierto tipo de actores, y no otros, son considerados los más relevantes. Esta variable identifica las distintas arenas de acción. Se debe computar aquella que prevalece en el texto, especialmente, en la cabeza de la nota:

1= Arena legislativa. Abarca las dos cámaras del Congreso de la Nación

2= Arena ejecutiva. Alude a los espacios de gestión propios del Poder Ejecutivo de la Nación, tanto a escala nacional como provincial y local.
3= Arena del poder político. Refiere al ámbito político-partidario, fuera de las estructuras del Estado.
4= Arena judicial. Cualquiera de las instancias pertenecientes al Poder Judicial de la Nación.
5= Arena empresarial y financiera. Se refiere al ámbito empresarial, financiero o bursátil.
6= Arena de la sociedad civil. Alude al ámbito de la opinión pública, las organizaciones de la sociedad civil y el sector sin fines de lucro (salvo cuando se trata de medios de comunicación).
7= Arena mediática. Se computa esta categoría cuando el ámbito de la acción es el de la comunicación mediática, no en función de características empresariales sino en referencia al quehacer de los medios.
8= Otra. Cualquier otro ámbito no contemplado en las categorías anteriores.

Tópico o *issue* principal

El tópico es definido a partir de su concepción ligada al análisis del discurso (Miceviciute, 2013), como "la etiqueta que resume el dominio de las experiencias sociales cubiertas por un relato" (Pan & Kosicki, 1993, p. 58). En los términos de esta investigación, se refiere al asunto concreto del que trata el acontecimiento[223] central de la noticia, el cual es directamente observable en el texto.

Todos los artículos del universo de análisis versan sobre el debate alrededor de una nueva regulación para los medios audiovisuales. Sin embargo, cada uno alude a diferentes rasgos del proceso. En esta variable se identifica entonces el aspecto principal relatado. En caso de que haya varios, debe señalarse el más importante. Los mejores indicadores para ello suelen ser el título y la cabeza de la nota (David *et al.*, 2011). Si el tópico no resulta claro, se identifica el argumento primario sobre el cual giran los demás. Por ejemplo, si en una nota se menciona que referentes de la oposición política se reúnen con aliados del oficialismo para discutir el proyecto de ley de SCA pero la información está dedicada a describir el contenido del mismo, el tópico central será 'Rasgos del proyecto de ley de SCA. Aspectos técnicos del texto' y no 'Negociaciones políticas entre las partes involucradas'.

1= Rasgos del proyecto de ley de SCA. Presentación del texto del proyecto y aspectos técnicos generales del mismo. Debates acerca de sus alcances y limitaciones generales. Se computa esta categoría también cuando los debates se producen alrededor del texto de la norma, una vez aprobada la misma. Ejemplos: "Nueva ley de medios prohibirá avisos producidos en el exterior"[224]; "Los puntos más conflictivos del proyecto"[225].

2= Impacto de la medida en el mercado de medios. Se computa esta categoría cuando el artículo periodístico versa fundamentalmente sobre las consecuencias que tendría la norma de ser aprobada —o una vez sancionada, para las notas posteriores al 10 de octubre—. Ejemplo: "Según las telefónicas, se pierde una oportunidad para modernizar el

negocio”[226].

3= Impacto de la medida en el ejercicio del derecho a la libertad de prensa y/o expresión. Se computa cuando la nota trata centralmente de los efectos que tendría la norma de ser aprobada —o una vez sancionada, para las notas posteriores al 10 de octubre— para el ejercicio de la libertad de expresión, en cualquiera de sus dimensiones. Ejemplo: “Empresas ya denuncian violación a la libertad de prensa y piden tiempo”[227].

4= Entrada de nuevos actores al sistema. Alude al reparto de frecuencias o a la incorporación del sector sin fines de lucro al sistema de medios. Ejemplo: “Nuevo holding de radio y TV para festejar la ley de radiodifusión”[228].

5= Negociaciones políticas entre las partes involucradas. Se computa cuando la nota versa sobre las negociaciones entre los distintos actores, individuales o colectivos, alrededor del texto del proyecto de ley. Ejemplos: “El kirchnerismo se resigna a aceptar cambios para aprobar ley de medios”[229]; ““Si cambian dos artículos, votaríamos a favor”[230]

6= Tratamiento del proyecto de Ley en alguna de las cámaras del Congreso de la Nación. Alude específicamente a los acontecimientos relacionados con el debate del proyecto en comisiones o en el recito de las cámaras de Diputados o de Senadores de la Nación. Ejemplo: “Medios: Cobos otorga sesión para votar antes del viaje presidencial”[231].

7= Manifestaciones en el espacio público / opinión pública. Refiere tanto a encuestas o declaraciones que versan sobre los humores sociales con relación al tema como a manifestaciones de apoyo o rechazo a la norma. Ejemplo: “Los medios le ganan a CFK la batalla por la opinión pública”[232].

8= Otro. Aspectos no mencionados en ninguna de las categorías anteriores.

Tema central[233]

El tema es una variable latente que agrupa o contiene más de un tópico. Cada tema está constituido por una serie de tópicos o *issues* relacionados entre sí que entran en una categoría más amplia (Pasquier, 1994). Se trata, entonces, de una idea global que subyace al texto noticioso y conecta los diferentes elementos de los relatos alrededor del caso.

Se identifica la dimensión temática que prevalece en la nota considerada en su totalidad:

1= Dimensión económico-financiera.

2= Dimensión socio-cultural.

3= Dimensión político-institucional.

4= Otra.

Actor principal[234]

Aunque los códigos utilizados para identificar *speakers* y actores son los mismos, esta última variable se refiere a la persona o a la entidad que, según se identifica en el texto, está directamente involucrada en el acontecimiento o es el sujeto de la acción relatada. Por ejemplo, si un ministro de Gobierno emite una declaración que motiva una nota periodística pero esta se focaliza en el comportamiento de los grupos empresarios de medios, dichos grupos se constituyen en el actor más importante. No obstante, debe tenerse en cuenta que actor y fuente pueden coincidir.

Si es posible identificar varios actores, se computa el más importante en esta variable y el segundo más importante en siguiente. Las categorías son las mismas que se utilizan para los *speakers*: 0= No se identifica; 1= Presidenta Cristina Fernández de Kirchner; 2= Gobierno Nacional; 3= COMFER; 4= Poder Judicial; 5= Miembros del oficialismo en el Congreso Nacional; 6= Miembros de la oposición en el Congreso Nacional; 7= Congreso Nacional en términos generales; 8= Empresas u organizaciones de empresas de medios de comunicación; 9= Asociaciones, movimientos u organizaciones sin fines de lucro; 10= Especialistas. Académicos, investigadores, técnicos y docentes; 11= Partidos políticos; 12= Periodistas o trabajadores de los medios; 13= Néstor Kirchner; 14= Gobiernos provinciales o municipales; 15= Empresas o entidades del sector de las telecomunicaciones; 16= Otros; 99= No corresponde (no se menciona ningún actor).

Actor Secundario

En caso de que aparezcan mencionados explícitamente otros actores en el acontecimiento relatado, se debe computar el que le sigue al principal en importancia. Si no se identifica ningún actor secundario, se codifica como 99= No corresponde.

Interpretación causal (atribución de responsabilidad)

La cuarta variable se pregunta si los “agentes que motivaron el problema”, en caso de ser identificados, son encuadrados en términos individuales, sociales, político-partidarios o institucionales. Con ello se procura indagar el grado de “personalización” que se le dio a la cobertura. De acuerdo con Bennett (2012), la personalización de la noticia es una operación periodística que consiste en otorgar prioridad a los actores individuales y a los enfoques de interés humano por sobre el contexto institucional, social y político de carácter más amplio.

En este marco, se identifican seis categorías posibles que procuran responder a qué o a quién se le atribuye la responsabilidad por la situación problemática (Entman, 2003) relatada en la nota:

0= No se hace referencia a causas del problema

1= Individual. Se menciona a una persona —sea funcionario o no y se adicione o no el cargo a la mención— como responsable de la situación problemática relatada. Por ejemplo, la Presidenta Cristina Fernández.

2= Social. Se alude a la sociedad en su conjunto o a alguna organización de la sociedad civil. Por ejemplo, a la Coalición por una Radiodifusión Democrática.

3= Institución del Estado. Se señala a alguna dependencia de cualquiera de los tres poderes del Estado. Por ejemplo, el Poder Ejecutivo Nacional.

4= Político-partidario. Se alude a algún partido político como tal, sin hacer referencia a la función pública que puedan desempeñar algunos de sus miembros. Por ejemplo, la UCR.

5= Otros. Ninguno de los anteriores.

Evaluación moral

De la lectura completa del artículo es posible identificar si el autor de la nota emite algún juicio moral sobre alguno/s de los valores que se extrajeron del **Capítulo 2** como componentes de la noción de 'interés público'. Ello permitirá luego precisar la conceptualización de esta noción que predominó en la superficie discursiva de cada uno de los periódicos estudiados.

Los juicios morales se expresan como sentencias acerca de lo que debe ser considerado bueno, y los deberes que ello entraña, y acerca de lo que debe ser considerado malo (Schmitt, 2009), tanto para un actor individual como para la comunidad. En este sentido, se rastrean en las notas las dimensiones resaltadas de tres de los valores centrales del texto de la LSCA alrededor de los cuales se organizó buena parte del debate: la 'libertad de expresión', la 'diversidad' y la 'sustentabilidad económica del sistema de medios'[235].

En términos abstractos, existe consenso en la evaluación positiva de los tres valores protegidos por la LSCA. Sin embargo, buena parte de las posturas que tomaron los diversos actores involucrados en la discusión pública por la aprobación de la Ley, tanto a favor como en contra, se basaron en distintas miradas sobre estos valores y sobre las relaciones que deben establecerse entre ellos. Por esa razón, este *frame element* está integrado por dos variables:

<u>Valoración de la LSCA</u>[236]

De la lectura completa del artículo, se identifica el carácter del argumento general que predomina respecto de la LSCA o que es expresado por el autor de la nota en términos positivo, indefinido o ambiguo[237], o negativo. En caso de que pueda identificarse más de una categoría, debe computarse la que resulta más prominente.

1= Juicio positivo. Se refiere a aquellos casos en los cuales el debate alrededor de la LSCA o las consecuencias de su aprobación son explícitamente juzgados como deseables y/o convenientes para la ciudadanía en su conjunto. Dado el alto grado de controversia que caracterizó al caso —cuyos rasgos suelen aparecer expresados en las notas— se computa esta categoría cuando se valoran positivamente los avances hacia su resolución.

2= Juicio no definido o ambiguo. Remite a los casos en los cuales no es posible identificar claramente si la LSCA y/o sus posibles consecuencias son presentadas como negativas o positivas. También se computa esta categoría cuando prevalecen contenidos ambiguos en los cuales los juicios negativos y positivos aparecen balanceados.

3= Juicio negativo. Alude a los casos en los cuales la Ley o sus posibles consecuencias son expresamente juzgados como no deseables y/o inconvenientes para el conjunto de la sociedad, independientemente de si resulta pernicioso o beneficioso para alguna de las partes en conflicto.

Evaluación de los valores del interés público

Las categorías que integran esta variable pueden aparecer en los textos noticiosos de modo manifiesto o de modo latente. Aunque con menor frecuencia, estas son mencionadas de modo manifiesto cuando se evalúa, mediante una referencia explícita, alguno de los aspectos del proyecto o de la Ley. Por ejemplo, una nota en la cual el autor afirma que, de ser aprobada, la Ley habilitaría la entrada de nuevos actores al mercado del cable y, por consiguiente, la posibilidad de que los usuarios accedan a precios más competitivos de suscripción, expresa de modo manifiesto que la sustentabilidad del sistema mediático es entendida términos de competencia.

Sin embargo, por lo general, las apreciaciones respecto de estos valores aparecen expresadas de modo latente. Esto es, no son observables directamente sino que emergen a partir de la presencia de ciertos indicadores manifiestos en los textos (Igartua, 2006a). Por caso, una nota en la cual se critica la norma por considerarla un recurso del Gobierno para crear, con dinero del Estado, medios que no serán elegidos por las audiencias, expresa de modo latente una mirada reflectiva acerca del tipo de diversidad que debe promover la regulación del sistema de medios.

A continuación, se define cada una de las categorías con la mayor precisión posible, a fin de minimizar el grado de incertidumbre a la hora de codificar.

Libertad de expresión

0= No se codifica. Se computa este valor cuando no se hace ningún tipo de referencia a la cuestión de la libertad de expresión en ninguna de sus dimensiones.

1= Individual. Se computa esta categoría cuando el autor de la nota hace mención a la posibilidad o imposibilidad de ciertos periodistas

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

o medios de comunicación específicos de expresar sus ideas y opiniones a partir de la acción del Estado para la sanción de una nueva norma para los medios audiovisuales, cuando se relaciona a la desinversión con la afectación de la libertad de expresión o cuando se hace mención a la libertad de prensa. Ejemplos: "Adepa advirtió que el proyecto de radiodifusión del Gobierno puede 'cercenar' la libertad de prensa"[238]; "Empresas ya denuncian violación a la libertad de prensa y piden tiempo"[239]

2= Colectiva. Se asume que la libertad de expresión es abordada en su carácter social o colectivo cuando se hace mención a la ampliación de la participación de diversos actores en los medios de comunicación, cuando se la relaciona con la limitación de las fuerzas del mercado (y no solo con el Estado) y cuando se hace hincapié tanto en el debate colectivo alrededor del proyecto como en el que habilita el texto de la norma. Ejemplo: "Cuando hablamos de radiodifusión hablamos de libertad de expresión, del derecho de dar y recibir información. En definitiva, hablamos de ampliar el campo de la libertad"[240].

12= Individual y colectiva. Se computa este valor cuando el autor de la nota alude a ambas dimensiones de la libertad de expresión, de modo explícito o implícito.

Diversidad y pluralidad

0= No se codifica. Se computa este valor cuando no se hace ningún tipo de referencia a la cuestión de la diversidad en ninguna de sus dimensiones.

1= Reflectiva. El principio de diversidad reflectiva sostiene que los medios deben expresar la variedad de ideas y asuntos que prefiere consumir la audiencia. En este sentido, se computa este valor cuando el autor de la nota expresa directa o indirectamente que la diversidad de productos y actores que aparezcan en los medios de comunicación debe estar en relación con lo que es demandado / consumido en mayor medida por las audiencias o en función del criterio de rentabilidad. Ejemplo: "una característica [del proyecto de ley de SCA] que ha sido llamativamente poco debatida (…): la de relegar a la opinión privada (en su conjunto) a un muy pequeño rincón."[241]

2= Abierta. Se computa esta categoría cuando el argumento evoca, directa o indirectamente, la idea de que debe haber una mayor participación y oferta en los medios en pos de incorporar la mayor cantidad de voces, temas e ideas que circulan en la sociedad, independientemente del consumo que estos encuentren en las audiencias. Ejemplo: "Asimismo, [el proyecto de ley de SCA], auspicia la entrada de universidades, organizaciones sociales y, en especial, a los sindicatos a la tenencia de medios de comunicación, al reservar el 33% del espectro para organizaciones sin fines de lucro.[242]"

12= Reflectiva y abierta. Se computa este valor cuando el autor de la nota alude a ambas dimensiones de la diversidad y pluralidad, de modo explícito o implícito.

Sustentabilidad del sistema de medios

0= No se codifica. Se computa este valor cuando no se hace

ningún tipo de referencia a la cuestión de la sustentabilidad en ninguna de sus dimensiones.

1= Economías de escala. Difícilmente se encuentre esta noción expresada de modo manifiesto, dado su carácter técnico. Sin embargo, se la computa cuando el autor de la nota alude al argumento que sostiene que los procesos de limitación de la concentración de la propiedad afectan fuertemente la rentabilidad o, incluso, la sustentabilidad de las empresas privadas de medios. Ejemplo: "En su vista, las empresas realizaron inversiones de capital, contrataron y capacitaron personal, contrajeron obligaciones y previeron un margen de utilidades y amortizaciones por todo el plazo contractual, que ahora se ve abruptamente finalizado"[243].

2= Mercado competitivo. Al igual que la categoría anterior, es poco probable que esta aparezca expresada de modo manifiesto. Se refiere a aquellos argumentos de corte puramente economicista que ven en la entrada de nuevos actores al mercado de medios un beneficio para su funcionamiento. De modo inverso, aparece también cuando se califica la concentración de la propiedad como un problema económico que impacta negativamente sobre la competencia y la eficiencia. Ejemplo: "… hemos admitido que evidentemente hay un monopolio en la República Argentina y que entonces no se lo puede sustituir por otro (…) Por eso le he comentado al señor interventor del COMFER: eliminar del anteproyecto a instancias del Poder Ejecutivo que las telefónicas puedan participar de ese ámbito"[244].

12= Economías de escala y mercado competitivo. Se computa este valor cuando el autor de la nota alude a ambas dimensiones de la sustentabilidad económica del sistema, de modo explícito o implícito.

Evaluación moral de los *speakers* 1 y 2

Con el propósito de incorporar el cuarto elemento para medir el *standing* o crédito que adquieren las fuentes en la cobertura del caso, se incorpora la "Evaluación moral" promovida por los *speakers* principal y secundario en los textos de las notas. En este sentido, se codifica tanto la valoración de la LSCA como la evaluación de los valores del interés público que estos hacen. En el primer caso, las categorías son:

Speaker 1: 1= Juicio positivo; 2= Juicio no definido o ambiguo; 3= Juicio negativo; 99= No corresponde (no hay *speaker* 1).

Speaker 2: 1= Juicio positivo; 2= Juicio no definido o ambiguo; 3= Juicio negativo; 99= No corresponde (no hay *speaker* 2).

En el segundo caso —la evaluación de los valores de interés público—, las categorías son:

Libertad de expresión

Speaker 1: 0= No se codifica; 1= Individual; 2= Colectiva; 12= Individual y colectiva; 99= No corresponde (no hay *speaker* 1).

Speaker 2: 0= No se codifica; 1= Individual; 2= Colectiva; 12= Individual y colectiva; 99= No corresponde (no hay *speaker* 2).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Diversidad y pluralidad

Speaker 1: 0= No se codifica; 1= Reflectiva; 2= Abierta; 12= Reflectiva y abierta; 99= No corresponde (no hay *speaker* 1).

Speaker 2: 0= No se codifica; 1= Reflectiva; 2= Abierta; 12= Reflectiva y abierta; 99= No corresponde (no hay *speaker* 2).

Sustentabilidad del sistema de medios

Speaker 1: 0= No se codifica; 1= Economías de escala; 2= Mercado competitivo; 12= Economías de escala y mercado competitivo; 99= No corresponde (no hay *speaker* 1).

Speaker 2: 0= No se codifica; 1= Economías de escala; 2= Mercado competitivo; 12= Economías de escala y mercado competitivo; 99= No corresponde (no hay *speaker* 2).

Recomendación de tratamiento

Cada artículo periodístico relata un problema específico definido de un modo particular. Aunque todos ellos estén ligados al debate por una nueva norma para los medios audiovisuales, varían los términos en los cuales se lo caracteriza. Cualquiera sea la forma de presentarlo, se debe identificar la solución o el pronóstico al cual el autor de la nota le otorgue mayor prominencia. Es importante que la solución esté explícitamente formulada en el texto. En aquellos casos en los cuales la solución no es identificada, debe computarse la categoría 0= No se menciona solución ni pronóstico alguno.

1= Se propone / pronostica la aprobación de la LSCA sin mayores modificaciones.

2= Se propone / pronostica la aprobación de la LSCA con modificaciones.

3= Se propone / pronostica la no aprobación de la LSCA.

4= Se propone / pronostica que el debate se postergue hasta la nueva conformación del Congreso.

5= No se ve solución posible (panorama desalentador).

6= Se propone / pronostica modificar la norma ya aprobada por vía legislativa.

7= Se propone / pronostica la judicialización de la LSCA. Es decir, recurrir a instancias del Poder Judicial para reclamar su suspensión o inconstitucionalidad parcial o total.

8= Otras soluciones no mencionadas en las categorías anteriores.

4.2.7. Codificación y fiabilidad

La calidad de los datos obtenidos mediante la técnica del análisis de contenido está en directa relación con la adecuada conceptualización y operacionalización de las

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

variables, con el entrenamiento de los codificadores y con la evaluación matemática de la "fiabilidad intercodificadores" (*Intercoder Reliability*). Este concepto "mide el grado de consenso o acuerdo alcanzado entre diferentes codificadores que, de forma separada, han analizado un mismo material con el mismo instrumento de evaluación" (Igartua & Humanes, 2004, p. 14).

En efecto, la codificación de los 350 artículos que integran el corpus de la presente investigación fue llevada a cabo por cuatro codificadores especialmente entrenados para el trabajo: el estudiante de Ciencia Política (UBA) Federico Armada, el estudiante en Ciencias de la Comunicación (UBA) Pablo Lupich, el doctor en Ciencias Sociales y Humanas Esteban Zunino y la autora. A cada codificador le fue provisto un formulario Excel que funcionó como una ficha de codificación y una base de datos de los casos[245]. En ella se recolectaron todos los datos a partir de las instrucciones que se desprenden del libro de códigos. El modelo de la ficha está incluido en el **Anexo II** de la Tesis.

Luego de dicho proceso, se tomó una muestra aleatoria estratificada del 20% del universo, en la cual las unidades abordadas por cada uno de los codificadores estuvieron igualmente representadas. En esta instancia, se recodificaron 70 notas periodísticas, teniendo en cuenta que nadie debería trabajar con ningún caso que hubiera codificado en la etapa previa.

Los resultados obtenidos fueron sometidos a una serie de pruebas estadísticas con el objetivo de medir el nivel de acuerdo entre los codificadores e inferir el grado de confiabilidad (Krippendorff, 2004) del estudio. De acuerdo con David *et al.* (2011), el grado de acuerdo entre las 35 variables del libro de códigos[246] fue medido con los coeficientes Kappa de Cohen (κ) y Alfa de Krippendorff (α)[247]. Ambos coeficientes pueden arrojar valores entre 0 — correspondencia nula— y 1 —correspondencia total—. Los resultados de los coeficientes de fiabilidad de las principales variables se sistematizan en la **Tabla 4.1**.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla 4.1. Coeficiente de fiabilidad de las variables pertenecientes que integran el *codebook*.

Variable	Kappa de Cohen (κ)	Alfa de Krippendorff (α
Género periodístico	1	1
Sección	0.948	0.948
Aparición en portada	1	1
Elementos gráficos	1	1
Tamaño del artículo	0.919	0.920
Tipo de página	1	1
Autoría	0.953	0.953
Speaker 1	0.968	0.968
¿Cómo se menciona al *speaker* 1	0.929	0.930
Tipo de fuente 1	1	1
Valoración *speaker* 1	0.859	0.860
Speaker 2	0.951	0.951
¿Cómo se menciona al *speaker* 2	0.951	0.951
Tipo de fuente 2	1	1
Valoración s*peaker* 2	0.941	0.941
Arena	0.918	0.918
Tópico o *issue* principal	0.957	0.958
Tema central	0.951	0.952
Actor principal	1	1
Actor secundario	0.969	0.970
Atribución causal (responsabilidad)	0.919	0.920
Valoración de la LSCA	0.859	0.860
Libertad de expresión	0.876	0.877
Diversidad y pluralidad	.911	.912
Sustentabilidad del sistema	0.876	0.877
Valoración de la LSCA *speaker* 1	0.963	0.963
Libertad de expresión *speaker* 1	0.948	0.948
Diversidad y pluralidad *speaker* 1	1	1
Sustentabilidad del sistema de medios *speaker* 1	1	1
Valoración de la LSCA *speaker* 2	0.876	0.877
Libertad de expresión *speaker* 2	1	1
Diversidad y pluralidad *speaker* 2	1	1
Sustentabilidad del sistema de medios *speaker* 2	1	1
Recomendación de tratamiento	0.920	0.920

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Fuente: elaboración propia.

El valor medio de acuerdo arrojado para las 35 variables que se tuvieron en cuenta fue de 0,93 para el Kappa de Cohen (κ) y de 0,97 para el Alpha de Krippendorff (α), un dato que señala una fiabilidad significativa[248] para el análisis realizado sobre las notas (Igartua, 2006; Neuendorf, 2002). No obstante, no todas las variables analizadas alcanzaron el mismo índice de fiabilidad.

Resultados del trabajo empírico

En los próximos apartados se sistematizarán los resultados del procesamiento de los datos recogidos en la instancia de codificación.

Aspectos formales de la información sobre la LSCA

Más arriba se argumentó que la importancia que adquiere una noticia en la superficie de la prensa gráfica está relacionada con aquellos aspectos formales que influyen en la visibilidad de la información y que, a partir de la propuesta de Tankard *et al.* (1991) y de la noción de relevancia o *salience* tal como es conceptualizada por Amadeo (2008), aquí se denominan 'dispositivos de relevancia'. Estos incluyen la frecuencia de publicación de la información, la ubicación de la misma, los modos en que está dispuesta y el espacio que se les asigna en la superficie textual.

En este apartado se describen cada uno de los recursos que le aportan relevancia a la cobertura, desglosados en sus distintas dimensiones: primero se exponen los géneros periodísticos que caracterizaron a las notas sobre el caso, las secciones en las que fueron publicadas y la autoría de las mismas. Luego, se describe su frecuencia de aparición durante los ocho meses que componen el período estudiado. Finalmente, se detalla la aparición en tapa, el tipo de página en que se publicaron las notas, su tamaño y el tipo de acompañamiento gráfico que tuvieron.

El desarrollo de cada uno de los aspectos formales incorpora la perspectiva comparativa, pues se mencionan las diferencias que, a los fines de esta investigación, resultan significativas entre *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Géneros periodísticos, secciones y autoría de las notas

Una aproximación general a los géneros periodísticos los clasifica en dos grandes grupos: el informativo y el de opinión. El primero se caracteriza por "un uso impersonalizado de la lengua que trata de aparentar que la redacción se hiciera por sí misma, sin mediación de un sujeto" (Rodríguez Borges, 1998, p. 2). En este sentido,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gomis (1991) afirma que la producción de un texto informativo requiere de una pauta de carácter "universalista", que alude a la necesidad de conocer las características del objeto noticioso en relación con los demás objetos, y de una pauta de "neutralidad", entendida como la inhibición de las reacciones afectivas o emocionales hacia dichos objetos (p. 171). En contraste con ese género, la opinión o interpretación propone "un razonamiento coherente en la valoración" (Yanes Mesa, 2004, p. 2), presidido por el particularismo y la afectividad (Gomis, 1991).

La Tabla **4.2** desglosa los diferentes géneros periodísticos presentes en la cobertura de la LSCA en términos globales y específicos para cada diario. El primer dato que se desprende de su lectura es el predominio general de las notas informativas —noticias, recuadros e informes especiales— por sobre las de opinión —notas de opinión o análisis, columnas, editoriales y entrevistas—, pues ocho de cada diez notas pertenecen al primer grupo.

Tabla 4.2. Géneros periodísticos en la cobertura de la LSCA entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

	Pautas formales		
Géneros periodísticos	***Ámbito Financiero***	***El Cronista Comercial***	**Total**
Noticia	84,7%	55,0%	67,6%
Recuadro	8,5%	16,3%	12,9%
Informe especial	-	1,3%	0,8%
Subtotal información	**93,2%**	**72,5%**	**81,3%**
Entrevista	-	6,3%	3,6%
Editorial	-	2,5%	1,4%
Opinión periodista o editor	4,2%	3,1%	3,6%
Columna externa	2,5%	15,6%	10,1%
Subtotal opinión	**6,8%**	**27,5%**	**18,7%**
Otros formatos	-	-	-
Total	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Fuente: elaboración propia.

Los datos arrojados por la **Tabla 4.2** permiten afirmar que, en términos globales, el tratamiento de la LSCA se caracterizó por un estilo en el cual prevaleció el relato de acontecimientos precisos, especialmente en el formato de noticias y, en menor medida, de recuadros. En contraste, los artículos con un desarrollo más interpretativo de la información, que sitúan los hechos en un contexto más amplio y establecen vínculos entre distintos aspectos de un asunto, tienen una menor frecuencia de aparición.

Desde el punto de vista de Iyengar (1991, 2007), los géneros predominantes de la cobertura ofrecen pistas para pensar en una tendencia hacia el abordaje "episódico" de los

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

temas, centrado fundamentalmente en eventos concretos y casos particulares, en perjuicio de uno “temático”, que los encuadre en contextos noticiosos más abstractos. Esto último permitiría hacer hincapié en los procesos complejos que rodean a los asuntos y ofrecer, así, una mirada más amplia que profundice, además, en distintos aspectos de los temas tratados.

En cuanto a las notas de carácter interpretativo, se observa que la frecuencia de las columnas firmadas por personas que no pertenecen al plantel de los periódicos (10,1%) es mayor que la suma de editoriales y notas de análisis de periodistas o editores pertenecientes al *staff* de los diarios (5%). Esto sugiere una propensión a ceder parte de la interpretación de los hechos a personalidades externas al plantel de profesionales propios.

No obstante, se observan diferencias significativas entre *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*: la tendencia general señalada es más acentuada en el caso del primero y debe relativizarse un poco para el segundo.

El Cronista Comercial exhibe una tendencia más marcada hacia la inclusión de notas del género de opinión. Este dato, unido al de la presencia de un mayor número de recuadros —anexados a la información principal como notas secundarias en importancia— da cuenta de una mayor presencia de rasgos afines al tratamiento temático (Iyengar, 1991, 2007). Es decir, más contextualizado de la información y menos basado en hechos puntuales y aislados. En efecto, las notas del género argumentativo suman un tercio del total publicado sobre la LSCA en este diario. De ese porcentaje, aproximadamente la mitad está dedicada a columnistas que no pertenecen al *staff* del diario.

Ámbito Financiero, por su parte, publica una amplia mayoría de noticias del género informativo: nueve de cada diez notas pertenecen a este grupo. Debe hacerse una aclaración al respecto, relacionada con aspectos estilísticos. En este periódico, la separación gráfica entre el género informativo y el de opinión no es tan explícita y clara como en *El Cronista Comercial*. Por caso, en este último se reserva para el editorial —firmado por el director o por algún editor— la segunda página de cada ejemplar, además de dedicar las páginas 17 y 18 a dos o tres notas de opinión de columnistas externos. En *Ámbito Financiero*, en cambio, las notas que pertenecen a este último género no cuentan con una sección propia, sino que se las suele publicar en Economía & Política[249] o en los suplementos. Además, aun las notas informativas suelen contener en *Ámbito* mayor cantidad de comentarios interpretativos.

La segunda variable que se toma en cuenta para el nivel de descripción formal es la sección en la que son publicadas las notas. La **Tabla 4.3** pone en relación estos datos con los del género del contenido noticioso en cada diario. Allí se vislumbra que la gran mayoría de las piezas periodísticas sobre la LSCA fueron publicadas en ‘Economía & Política’. En efecto, seis de cada diez notas sobre el caso en *Ámbito* y casi siete en *El Cronista* se incluyen allí.

La aparición de la ‘Sección especial’, por su parte, puede interpretarse como un

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

indicador de relevancia de la LSCA, especialmente en *Ámbito Financiero*, pues no se trata de una sección estable en los periódicos. Esta es creada para otorgarle continuidad a cierto *issue* que se instala en el temario y termina convirtiéndose en un caso en sí mismo. Así, se le asigna un cintillo que lo identifica, tal como puede observarse en la **Imagen 4.2**. Casi el 90% de las notas de la 'Sección especial' aparecen entre la semana 27° y la 33°. Como se verá, en ese período se concentra la mayor frecuencia de cobertura del caso.

Imagen 4.2. Notas de 'Sección especial'. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

PUJA POR REFORMAS A RADIO Y TV

GOBIERNO QUIERE SEDUCIR ALIADOS DEMORANDO SU INGRESO EN EL MERCADO DE RADIODIFUSIÓN

Medios: kirchnerismo ofrece ahora controlar telefónicas

Gabriel Marlotto

OP

Cartas de lectores, comentarios, notas, sugerencias y fotos se reciben en cartas@cronista.com o www.cronista.com. Av. Paseo Colón 746 1° P, Buenos Aires. **Sección Opinión.** Teléfono: 4121-9300 Fax: 4121-9301

ENFOQUES / ANÁLISIS / OPINIONES / VISIONES DE LA ARGENTINA

ESPECIAL LEY DE MEDIOS

OPINAN

Darío Oliver, Presidente de la Cámara de Cooperativas de Telecomunicaciones

El Estado debe evitar la creación de monopolios

Philip Perez, Director general de la Cámara Argentina de Anunciantes

El proyecto oficial ataca la publicidad privada

Fuente: *Ámbito Financiero* (11/9/2009) y *El Cronista Comercial* (09/10/2009).

Es de destacar la baja frecuencia de noticias en la sección 'Negocios & Finanzas', pues allí aparecen publicadas solo un 12,5% de las notas de *El Cronista Comercial*, mientras que *Ámbito Financiero* no incluye ninguna. El dato llama la atención, dada la doble relevancia que la LSCA reviste, *a priori*, en estos términos: primero, porque se trata de una medida regulatoria de impacto financiero para las empresas del sector de los medios. Segundo, porque ambos diarios estudiados pertenecen a la prensa especializada en ese rubro.

Tabla 4.3. Secciones en las que predominan los géneros periodísticos en la cobertura de la LSCA entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Diario y sección		Género periodístico							**Total**
		Noticia	Recuadro	Entrevista	Editorial	Opinión de *staff*	Columna externa	Informe especial	
Ámbito Financiero	Economía & Política	68,0%	70,0%	-	-	60,0%	100%	-	**68,6%**
	Sección especial	31,0%	30,0%	-	-	40,0%	-	-	**30,5%**
	Suplemento	1,0%		-	-		-	-	**,8%**
	Total	**100%**	**100%**	-	-	**100%**	**100%**	-	**100%**
El Cronista Comercial	Economía & Política	70,5%	76,9%	60,0%	50,0%	100%	16,0%	-	**61,9%**
	Sección especial	6,8%	3,8%	-	25,0%	-	4,0%	-	**5,6%**
	Negocios & finanzas	20,5%	7,7%	-	-	-	-	-	**12,5%**
	Opinión	-	-	-	25,0%	-	72,0%	-	**11,9%**
	Información General	1,1%	-	-	-	-	-	-	**,6%**
	Suplemento	1,1%	11,5%	40,0%	-	-	8,0%	100%	**7,5%**
	Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Fuente: elaboración propia.

La tercera variable a analizar es aquella vinculada a la producción de las notas. Más precisamente, si ellas aparecen firmadas o no, y en el primer caso, por quién . En este sentido, puede afirmarse que, en promedio, más de la mitad de ellas (56%) no presentan huellas visibles de sus productores. Las razones por las que esto ocurre son varias: en primer término, puede señalarse la alta productividad de los redactores, quienes suelen escribir varias notas por edición pero firmar solo una de ellas[250]. Segundo —y a la inversa—, estas tampoco se firman cuando el origen de la información son las agencias de noticias u otros medios. En efecto, la mayoría de las notas sin firma (98,6%) pertenece al género informativo —noticias, recuadros e informes especiales—. Entre aquellas que sí llevan firma, el 76,2% pertenece a algún miembro del diario. Mientras tanto, en las piezas del género argumentativo —entrevistas, editoriales, notas de opinión y columnas— predominan las firmas de algún directivo de los periódicos —editores o director— o de columnistas externos. La **Tabla 4.4** sistematiza la autoría de las piezas periodísticas en cada periódico, según el género al que pertenece cada una.

Tabla 4.4. Autoría de las notas sobre la LSCA según género, entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Diario	Diario y autoría de la pieza	Género periodístico							
		Noticia	Recuadro	Entrevista	Editorial	Opinión	Columna externa	Informe especial	Total
Ámbito Financiero	Sin firma	74%	100%	-	-	40%	-	-	**72,9%**
	Periodista *staff*	20%	-	-	-	-	-	-	**19,5%**
	Editor	6 %	-	-	-	60%	-	-	**5,1%**
	Columnista externo	-	-	-	-	-	100%	-	**2,5%**
	Total	**100%**	**100%**	-	-	**100%**	**100%**	-	**100%**
El Cronista Comercial	Sin firma	48,9%	100%	-	-	-	-	50%	**43,8%**
	Periodista *staff*	47,7%	-	100%	-	-	-	50%	**33,1%**
	Editor	2,3%	-	-	-	80%	-	-	**3,8%**
	Director	-	-	-	100%	20%	-	-	**3,1%**
	Columnista externo	-	-	-	-	-	100%	-	**15,6%**
	Agencia	1,1%	-	-	-	-	-	-	**,6%**
	Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Fuente: Elaboración propia.

De la **Tabla 4.4** se desprenden varios datos que es dable agregar a lo ya dicho acerca de esta variable. En primer lugar, se advierte que la cantidad de notas sin firma es significativamente mayor en *Ámbito Financiero*. En efecto, siete de cada diez notas publicadas por este periódico no llevan firma. En *El Cronista Comercial*, en cambio, la proporción se reduce al 43,8%. En relación con ello, los periodistas del *staff* obtienen

mayor visibilidad en este último periódico, pues poco más de un tercio de las notas son firmadas por ellos. *Ámbito Financiero* incluye la firma de periodistas solo en el 19,5% de sus notas. Por otra parte, la proporción en la cual los directivos participan con su firma es similar en ambos diarios, aunque en *Ámbito* aparecen únicamente los editores y en *El Cronista* también firma el director, Fernando González, a cargo de los editoriales.

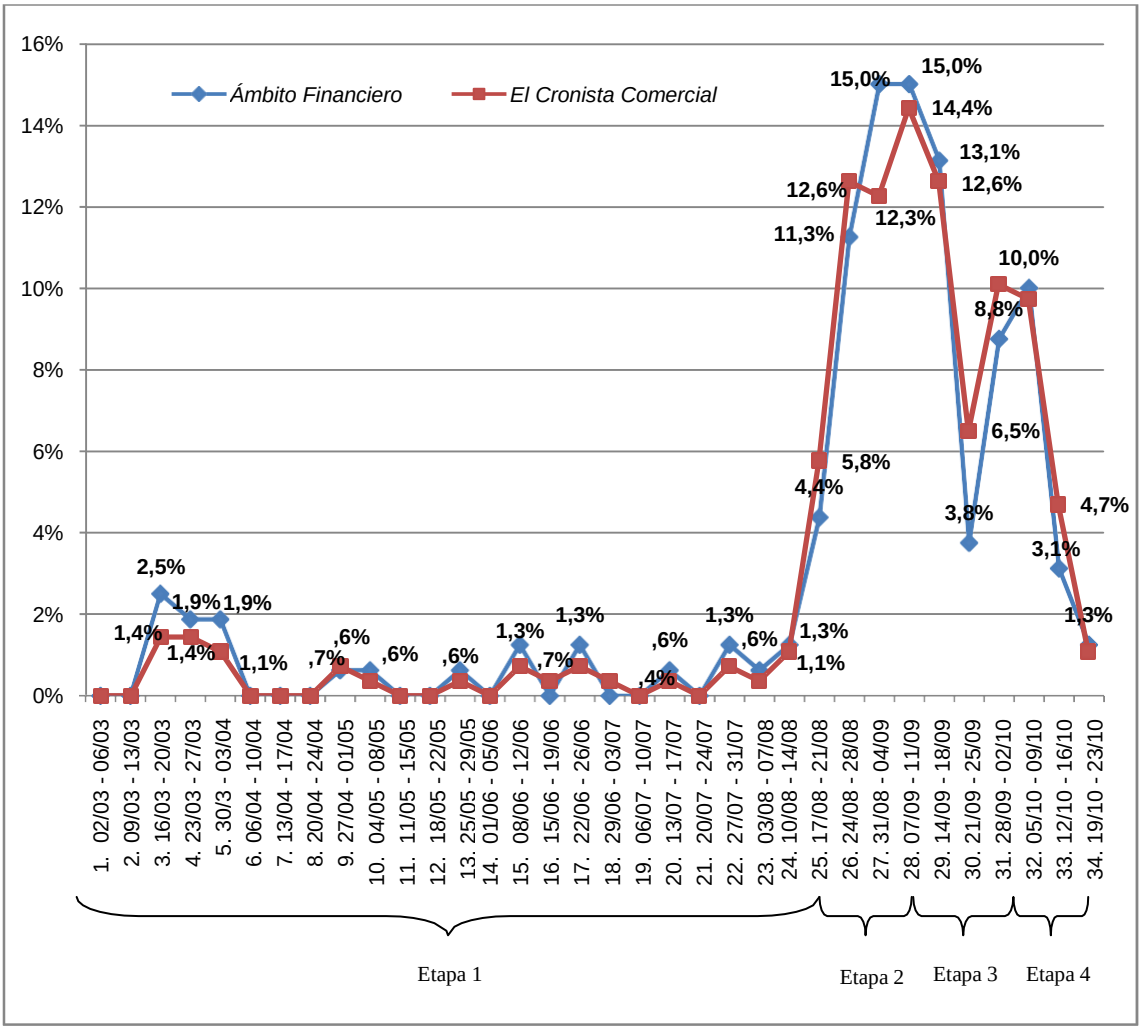
Frecuencia de la información sobre la LSCA

Uno de los dispositivos formales más importantes para establecer la relevancia de un caso está dado por la frecuencia de publicación de la información. Aquí se relevan las 35 semanas que van desde el lunes 2 de marzo hasta el viernes 30 de octubre de 2009. Durante ese período, se registra un total de 350 notas: el 58,9% de ellas publicadas por *El Cronista Comercial* y el 41,1% restante, en *Ámbito Financiero*. Más allá de las diferencias en términos globales, el comportamiento de la frecuencia de cobertura es similar en ambos diarios, tal como surge del **Gráfico 4.3**.

El promedio diario de publicación es de una nota[251]. No obstante, el dato no resulta representativo de la cobertura de la LSCA, pues la frecuencia de publicación de información no es homogénea. En el **Gráfico 4.3** se observa que el número de artículos publicados entre los meses de abril y julio es muy bajo en ambos periódicos, mientras que a partir de agosto la cantidad de ellos referidos a la LSCA se incrementa progresiva y notablemente hasta alcanzar el pico máximo durante la semana 29, la cual concentra casi el 30% del total. Es durante esa semana, precisamente el 17 de septiembre, cuando el proyecto de ley de SCA alcanzó media sanción en la Cámara de Diputados de la Nación.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 4.3. Cobertura de la LSCA según semanas del período (2 de marzo – 30 de octubre de 2009).
Ámbito Financiero y *El Cronista Comercial*.



Fuente: elaboración propia.

El **Gráfico 4.3** permite identificar, además, distintas etapas en la evolución del caso. La LSCA es comprendido aquí como un evento crítico (*critical event*), de acuerdo con el concepto propuesto por Pride (1995). El autor define a este tipo de eventos como "acontecimientos contextualmente dramáticos, como depresiones económicas, desastres ambientales, enfrentamientos físicos intensos, iniciativas estratégicas de una organización de un movimiento social, o nuevas políticas públicas" (p.5). Se trata, así, de sucesos que instalan una discontinuidad en el mundo cotidiano y llaman la atención del público, dado su impacto en la vida social y política de una comunidad. Dentro de este evento crítico, las etapas están delimitadas en función de variaciones percibidas en el comportamiento de la frecuencia de publicación, las cuales coinciden con la irrupción de ciertos hechos noticiosos en relación con el caso.

A diferencia de los eventos clave (*key events*), son establecidos por los medios a partir de los altos niveles de relevancia y de su capacidad de generar ciertos prototipos de cobertura (Brosius & Eps, 1995), los eventos críticos (Pride, 1995) son definidos socialmente. Esto último implica que se los concibe como el producto de una relación compleja y multidireccional en la cual los medios de comunicación participan como actores privilegiados, aunque no son los únicos involucrados. En este sentido, la LSCA reviste noticiabilidad por tratarse de un *issue* de interés público que, además, involucra al propio sistema de medios estableciendo modificaciones sustanciales en la normativa que regula su funcionamiento.

Si bien la LSCA no surge como tal en la superficie mediática sino fuera de ella, las formas que allí adquiere contribuyen en alguna medida con su definición social, según la premisa que se sostiene en esta Tesis. Lo que se procura conocer aquí son las formas que adquiere este *issue* para dos de esos actores: *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Con todo, la delimitación de etapas en la evolución del tratamiento de la LSCA se hace en función de los picos de frecuencia en la cobertura. Ello por dos motivos: en primer lugar, porque estos no necesariamente se corresponden con los "indicadores objetivos[252] de un problema" en los términos en que lo plantea Pride (1995, p. 6); segundo, porque fueron relativamente homogéneos en ambos periódicos, en tanto estuvieron asociados a acontecimientos similares. Así se observa en el **Gráfico 4.3**, adonde puede observarse que prácticamente el 85% de la cobertura total del caso se condensa en dos meses.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

- **Primera etapa: anuncio y debate público.** Comienza el 18 de marzo, fecha en que la Presidenta de la Nación presentó el anteproyecto de ley de SCA, y finaliza el 28 de agosto. Un día antes, el jueves 27, la primera mandataria había anunciado públicamente el envío del proyecto al Congreso de la Nación[253]. Durante esta fase, se publica el 15,9% del total de los artículos periodísticos acerca del caso.

Imagen 4.3. Notas de la primera etapa del caso. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

EL PRECIO DEL ABONO SERÍA FIJADO POR EL SECRETARIO DE COMERCIO, GUILLERMO MORENO

El Gobierno estudia declarar servicio público a la televisión por cable

La alternativa legal se analiza desde hace un año y medio. Otro hito de la pelea con Clarín, aunque en el multimedio no creen que la posición del Gobierno prospere

"El cable no es servicio público en ningún lugar del mundo", dice un cableoperador

La ofensiva K apunta también contra la fusión y el fútbol

FALTAN 12 DÍAS PARA LAS ELECCIONES

KIRCHNER EN CAPITAL, PERO, INSÓLITO, UN ACTO A PUERTAS CERRADAS Y SIN PRENSA

Ante intelectuales, más crítica a medios

INSEGURIDAD por Manes Marzano

También forcejeos al impedir ingreso

Fuente: *El Cronista Comercial* (18/03/2009) y *Ámbito Financiero* (16/6/2009).

- **Segunda etapa: tratamiento en la Cámara de Diputados de la Nación.** Abarca desde el 31 de agosto hasta el 18 de septiembre. El 31 de agosto comenzó el tratamiento de la iniciativa en las distintas comisiones de la Cámara de Diputados. En efecto, el proyecto recibió media sanción el 17 de septiembre, tras haber sido objeto de numerosas modificaciones en comisiones y en el recinto. Esta es la etapa con la mayor frecuencia de publicación: el 39,4% de las notas sobre la LSCA se condensan en 15 ediciones de cada periódico.

Imagen 4.4. Portadas de la segunda etapa del caso. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Fuente: *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* (17/09/2009).

- **Tercera etapa: tratamiento en el Senado de la Nación**. Va desde el 21 de septiembre hasta el 9 de octubre. Una vez que el proyecto recibió media sanción en la Cámara Baja, fue girado al Senado para su debate en comisiones. Finalmente, la LSCA fue aprobada durante la madrugada del sábado 10 de octubre, día en que no se editan los diarios económicos. Por esa razón, la fase se cierra el viernes 9, cuando ambos periódicos adelantan que el proyecto se convertiría en Ley. Durante esta fase, se publica el 29,2% del total de los artículos sobre el caso.

Imagen 4.5. Portadas de la tercera etapa del caso. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Fuente: *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* (09/10/2009).

- **Cuarta etapa: repercusiones de la sanción.** Abarca entre el 12 y el 30 de octubre de 2009. Dado que ninguno de los dos periódicos se editan los fines de semana, la edición del lunes 12 de octubre es la inmediata posterior a la aprobación de la LSCA. Las repercusiones del debate se extienden hasta fin de mes: por un lado, varios senadores y referentes de la oposición cuestionan algunos aspectos técnicos del proceso. Por otro, se inicia una discusión alrededor de los plazos previstos para la adecuación a la norma por parte de los grupos empresarios que se verían obligados a desprenderse de licencias o a disminuir su cuota de mercado. Ambas controversias se diluyen hacia el final del período. Esta es la fase en la que los diarios publican la menor proporción de artículos acerca del caso, pues concentra el 15,2% del total de la cobertura. Debe mencionarse, sin embargo, que se trata de un período muy corto en relación con los anteriores.

Imagen 4.6. Notas de la cuarta etapa del caso. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

ECONOMÍA & POLÍTICA

CFK PROMULGÓ LA LEY ANTE DE IRSE A LA INDIA PARA EVITAR CONTRATIEMPOS CON COBOS

En el Gobierno admiten que no habrá desinversión antes de abril de 2011

NO DEJES QUE EL DENGUE ENTRE EN TU CASA.

Sin mosquito, no hay dengue. Por eso, hoy tenemos que destruir sus larvas, eliminando los lugares donde se crían. Tirando o dando vuelta objetos en desuso que acumulen agua, como gomas de autos, tapas y botellas, cacharros o baldes. También, cambiando seguido el agua de floreros y bebederos de animales y tapando siempre los recipientes donde se junte agua para consumo.

Además, permití que los agentes municipales entren a tu casa para descacharrar y fumigar.

CON PREVENCIÓN, AL DENGUE LE GANAMOS ENTRE TODOS.

10 | Ámbito Financiero | Lunes 12 de octubre de 2009

Oficialismo estira a dos años cláusula sobre desinversión

Sonia Escudero

Guillermo Jenefes

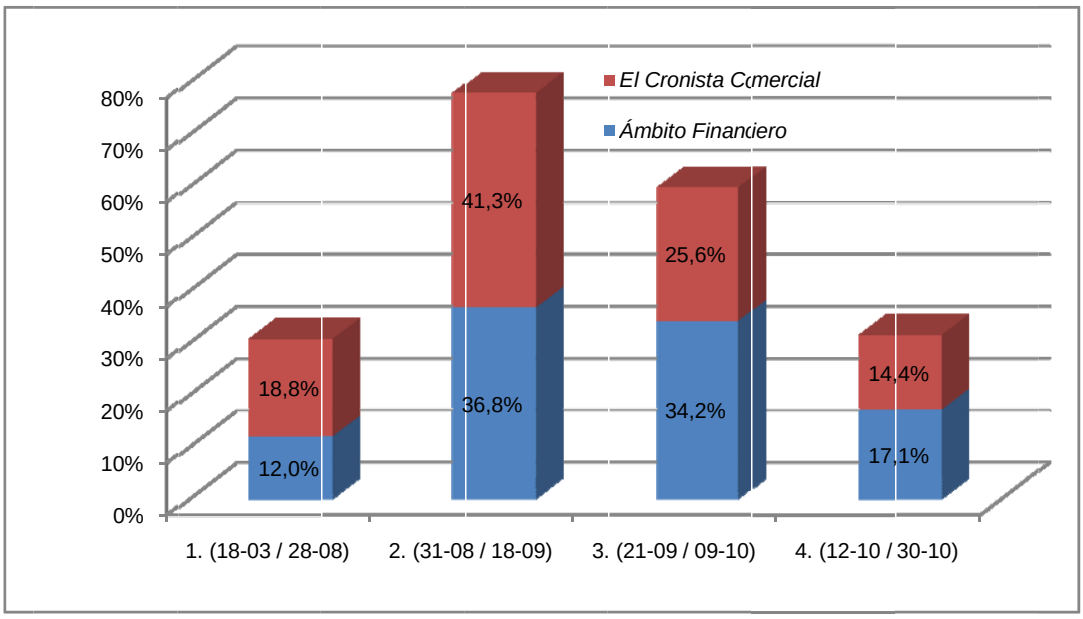
PODER EJECUTIVO NACIONAL
MINISTERIO DE DEFENSA

Fuente: *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* (12/10/2009).

Las etapas señaladas, de distinta duración, se caracterizan por comenzar y culminar en alguno de los picos de frecuencia de cobertura del debate y aprobación de la LSCA. Dichos picos están asociados a ciertos hitos presentados como controversiales y con cierto nivel de dramatismo en el desarrollo de este evento crítico. No obstante, dicha controversia y dramaticidad quedan acotadas a las arenas político-institucionales y, en menor medida, a la empresarial.

El **Gráfico 4.4** ofrece una síntesis de la distribución de las notas por período y por diario. Allí se observa que, salvo pequeñas divergencias en la primera y en la última fase, la evolución del caso en términos de frecuencia fue relativamente homogénea en ambos periódicos. Los picos de se produjeron durante la segunda y la tercera etapa, cuando se desarrollaron los debates en el Congreso de la Nación.

Gráfico 4.4. Cobertura de la LSCA según etapas del período (18 de marzo – 30 de octubre de 2009).
Ámbito Financiero y *El Cronista Comercial*.



Fuente: elaboración propia.

Durante la primera fase se concentra el 12% de la cobertura de *Ámbito Financiero* y el 18,8% de la de *El Cronista Comercial*. El promedio de notas diarias es de apenas 0,14 para el primero y de 0,32 para el segundo periódico, dado que el período abarca 117 días durante los cuales se registra una muy baja frecuencia de publicación. Sin embargo, ello no quiere decir que entre marzo y agosto no se hayan registrado eventos relevantes para el debate por la LSCA fuera del espacio mediático. Cabe recordar que entre fines de marzo y julio se llevaron a cabo los FPCP en dieciocho provincias del país, adonde se debatió el anteproyecto presentado el 18 de marzo. A lo largo de los ocho meses analizados aquí se publicó una sola nota acerca de la implementación de esta herramienta participativa para el debate público: "Radiodifusión: Chaco inicia el foro de consultas"[254].

Pueden ensayarse algunas hipótesis respecto de las razones por las cuales los foros de consulta pública no revistieron noticiabilidad para los diarios estudiados. Las más plausible surgen de las entrevistas, de las cuales se extrajeron dos argumentos: el escaso interés que se supuso que el debate público despertaría en el público lector de los periódicos y, más importante aun, los factores organizacionales ligados a la escasez de recursos humanos: "Hay algo que es clave y que es que la estructura del diario es chica (…), era muy difícil plantear la cobertura de un foro en Ushuaia sobre un proyecto que todavía ni siquiera había entrado al Congreso" (Natalia, 2016).

Lo cierto es que, salvo la excepción citada, los foros no fueron cubiertos de modo directo —a través del envío de un cronista— ni indirectamente —mediante cables de agencia—. En efecto, la frecuencia de publicación sobre la LSCA está asociada

principalmente a acontecimientos desarrollados en la arena de alguno de los poderes del Estado (41,8%), del poder político (27,9%) o de la empresarial y financiera (18,6%). La arena de la sociedad civil tiene un rol muy marginal.

La segunda etapa identificada se inicia tras el envío del proyecto de ley de SCA al Congreso y se cierra con la media sanción en la Cámara Baja. El período, de dos semanas de duración, condensa el 36,8% de la totalidad de las notas publicadas por *Ámbito Financiero* y el 41,3% de las publicadas por *El Cronista Comercial*. A diferencia de la fase anterior, el caso adquiere un alto nivel de frecuencia, asociada fundamentalmente al grado de controversia que lo caracterizó en esta instancia: un fuerte debate entre los diputados de las distintas fuerzas políticas y un arduo proceso de negociación entre las partes involucradas. El promedio diario de publicación es de 4 notas para *Ámbito* y de 5,71 para *El Cronista*.

Coherentemente, la arena en la cual se desarrolla la acción es la legislativa, adonde se despliega la mayoría de las noticias sobre el caso, pues allí se concentró la disputa entre los distintos actores que protagonizaron el proceso: "Medios: el kirchnerismo alarga el debate en la búsqueda de más apoyos"[255]; "Alzas y bajas en la captura del voto para radiodifusión"[256]. La media sanción llegó luego de una larga serie de negociaciones cuyo alto grado de dramaticidad y controversia es resaltado por los periódicos: "Al límite, el Gobierno negocia el voto de Menem"[257]; "Medios: a ritmo vertiginoso, el Gobierno empuja su proyecto y busca aprobarlo hoy"[258]; "Cobos y Pichetto enfrentados por los plazos del debate"[259].

Una vez aprobado el proyecto en la Cámara de Diputados, este fue enviado al Senado. Allí también se registraron varios conflictos que los diarios incorporan: un debate inicial respecto de cuántas y de cuáles comisiones debían debatir el texto que había recibido media sanción: ("Medios: sin acuerdo, vota Senado pase a solo dos comisiones"[260]), otro en relación con la fecha en la cual debía tratarse ("Medios: kirchnerismo presionado para retrasar fecha de sesión"[261]) y un último debate ligado a las manifestaciones en el espacio público a favor y en contra del proyecto: "Marchas a favor y en contra de la ley de medios llegarán a puertas del Congreso" [262]; "Marcha al Congreso contra la ley"[263]; "Los K, a la calle por revancha de la 125"[264]. Las dos semanas durante las cuales se extiende esta fase condensan el 34,2% del total las piezas publicadas por *Ámbito Financiero* —que, además, tiene un promedio 3,8 notas diarias— y el 25,6% de las publicadas por *El Cronista Comercial*, cuyo promedio por día es de 3,13 notas.

En este sentido, aunque la arena principal de la acción a lo largo de esta etapa continúa siendo la legislativa (49,4%), la de la sociedad civil alcanza su mayor nivel frecuencia (14,8%) en los ocho meses de duración del caso.

La Cámara Alta aprobó la LSCA la madrugada del viernes 10 de octubre. Ambos periódicos retoman el tema el lunes 12, día en que se inicia la cuarta y última fase de la periodización aquí propuesta. En efecto, hacen fuerte hincapié en dos aspectos de las

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

repercusiones que desató la sanción de la Ley N° 26.522: la cláusula de desinversión prevista por el artículo 161° ("Venta de medios, recién en dos años"[265]; "En el Gobierno admiten que no habrá desinversión antes de abril de 2011"[266]) y la perspectiva de judicialización que expresaron algunos empresarios de medios de comunicación: "Medios: Clarín y Grupo Uno darán pelea en los tribunales"[267]; "Medios: guerra por reglamentos"[268]. Conforme van pasando los días, la frecuencia de publicación desciende significativamente hasta que el tema desaparece casi por completo de la agenda de ambos periódicos, tal como evidencia el **Gráfico 4.3**. En efecto, durante la última semana del período se publican solo tres notas sobre el tema.

A lo largo de la cuarta etapa, cobra cierto protagonismo la arena judicial (11,6%). Después de la aprobación de la norma, algunas fuentes comienzan a plantear la posibilidad de judicializar la Ley. Asimismo, se incrementa la frecuencia de notas en las arenas empresarial (14%) y del poder político (16,3%), las cuales actúan como caja de resonancia de las repercusiones desatadas por la sanción de la LSCA: "La cámara que une a los cables también irá a la Justicia por la Ley de Medios"[269]; "Unión PRO revisará la ley de medios en diciembre"[270]. La aún alta frecuencia de notas con el Congreso como escenario central (44,2%) obedece a que varios legisladores denuncian irregularidades en el proceso de votación: "La UCR denunció por cohecho a la senadora que cambió su voto"[271]; "Senado reconoce que debe corregir error en la ley de medios"[272].

4.3.1.3 Ubicación y disposición de la información

El último tipo de dispositivos que impactan en la visibilidad de la información está integrado por cuatro elementos: la aparición en tapa, el tipo de página, el tamaño de las notas y el acompañamiento gráfico.

La LSCA ocupa algún espacio en la portada de los diarios en 41 de los 178[273] días que abarca el período estudiado. Es decir, en un cuarto de los ejemplares. Se trata de una moderada frecuencia de aparición, dado el limitado espacio disponible en la tapa: allí solo llega un puñado de temas considerados prioritarios. A la vez, dentro de la primera página, los titulares varían en importancia de acuerdo con su tamaño, ubicación y acompañamiento gráfico (McCombs, 2006). En la **Tabla 4.5** se distinguen los tipos de titulares sobre la LSCA que están presentes en las portadas de cada uno de los diarios y el porcentaje promedio que cada tipo de titular representa para la cobertura comprendida en su conjunto.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla 4.5. Tipo de titulares de tapa en la cobertura de la LSCA entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Tipo de titular	Frecuencia	*Ámbito Financiero*	*El Cronista Comercial*	Porcentaje total promedio
Principal	10	40%	60%	**9,6%**
Secundario	17	35,3%	64,7%	**16,9%**
Subordinado	20	-	100%	**19,3%**
Destacado	10	80,0%	30%	**9,8%**
Recuadro	47	40,4%	59,6%	**44,6%**
Total	**104**	**100%**	**100%**	**100%**

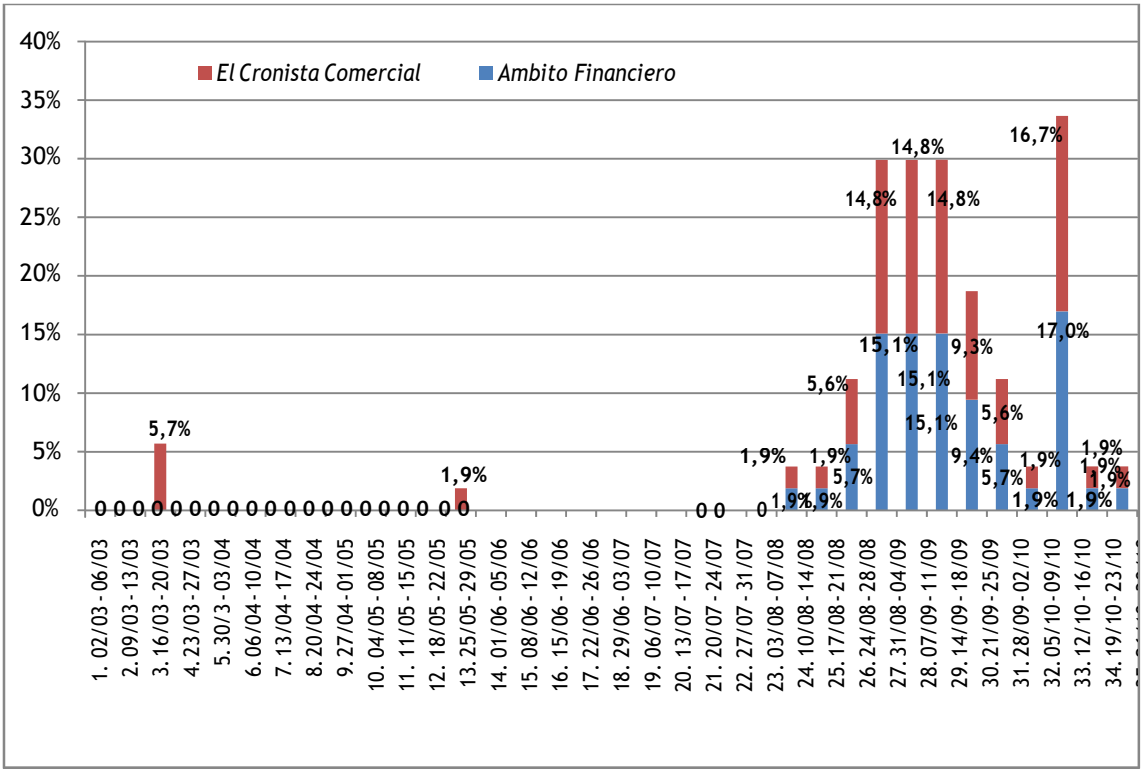
Fuente: elaboración propia.

De la **Tabla 4.5** se desprende que son varias las ediciones en las cuales el tema abarca más de un titular de tapa en *El Cronista Comercial*, pues se registran 20 casos —casi un 20% de la cobertura total y la mitad de los días en que el tema aparece en la tapa— en los cuales este periódico publica destacados subordinados. Así, se infiere que cada vez que la LSCA se constituye en tema de portada en *El Cronista*, este le dedica un promedio de dos títulos al caso. Ello no es así en *Ámbito Financiero*, aunque en este periódico se observa un mayor número de titulares 'destacados'.

Si se observa la distribución semanal de los 104 títulos, se advierte que estos se concentran, además, en unas pocas semanas, tal como queda plasmado en el **Gráfico 4.5.** El comportamiento general de esta variable y sus picos mínimos y máximos coinciden con los de la frecuencia de aparición de la totalidad de las notas sobre la LSCA (ver el **Gráfico 4.3**) reforzando, así, la importancia del caso durante esos períodos.

Es preciso señalar, no obstante, una diferencia entre los dos periódicos: mientras *Ámbito* le asigna al caso algún lugar en la portada recién a partir del inicio del debate parlamentario, *El Cronista* le dedica algunos espacios con anterioridad a ese proceso. Concretamente, luego de la presentación del anteproyecto de ley por parte de la Presidenta de la Nación —tercera semana— y en ocasión de la cobertura del *issue* definido como "inminente estatización de la televisación del fútbol" —semana 13—.

Gráfico 4.5. Frecuencia semanal de títulos de tapa sobre la LSCA. (1 de marzo al 31 de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*



Fuente: elaboración propia.

Otro de los indicadores de relevancia está constituido por el tipo de página en la cual se publica la información. Más allá de las portadas, los artículos ubicados en las primeras páginas del periódico son los que adquieren mayor visibilidad, por lo que son considerados más importantes que el resto (Matthes & Kohring, 2000). En sintonía con lo mencionado respecto de la frecuencia de publicación de notas y titulares de tapa, durante las semanas más relevantes[274] del período estudiado, la mayor parte de la información sobre la LSCA se condensa en las primeras diez páginas de los periódicos. En otros términos, el 90% de las notas ubicadas en las dos primeras páginas y el 37% de las que aparecen en las primeras diez, se concentran en seis semanas.

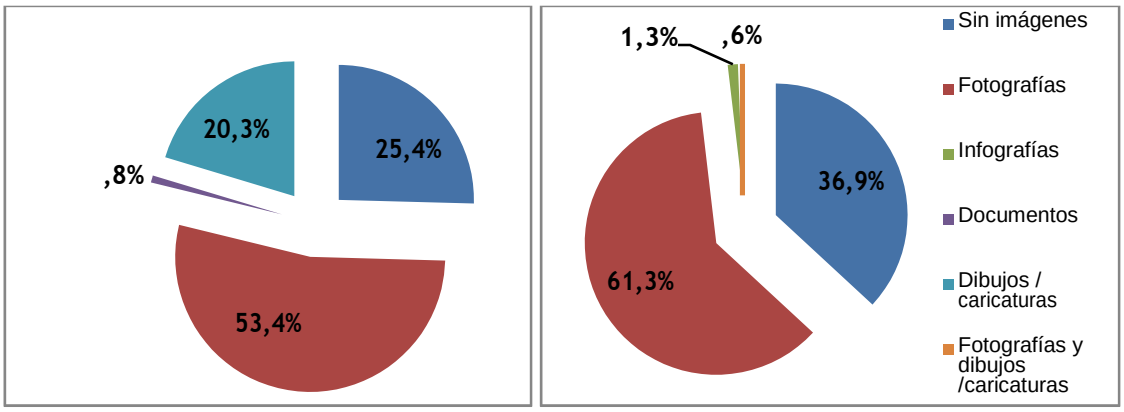
En cuanto al tamaño, casi el 62%[275] de las notas ocupa entre un cuarto y menos de tres cuartos de página. Teniendo en cuenta que ambos periódicos se caracterizan por publicar artículos relativamente cortos, se considera a esta medida un indicador que aporta relevancia a la LSCA. El tipo de notas que sigue en importancia es el que ocupa menos de un cuarto de página (29%). De modo similar al comportamiento del resto de las variables formales, las notas más largas aparecen publicadas durante las semanas más importantes del período en ambos diarios.

El acompañamiento gráfico es el último de los mecanismos de relevancia de la

información, orientado a atraer la atención de los lectores. Los resultados del análisis empírico arrojan que tres de cada cinco notas (58%) están acompañadas por una fotografía. Aproximadamente el 10% de los artículos lleva otro tipo de imágenes, como dibujos o caricaturas, infografías o documentos. Alrededor de un tercio de las piezas, en promedio, no está acompañada por ningún tipo de imagen.

El **Gráfico 4.6** pone de manifiesto las particularidades que el comportamiento de esta variable presenta en cada periódico. *Ámbito Financiero* se caracteriza por ilustrar parte de sus notas con retratos dibujados de distintas personalidades políticas, lo cual constituye un rasgo de estilo del diario. *El Cronista Comercial*, por su parte, utiliza fotografías prácticamente de modo exclusivo cuando incorpora algún acompañamiento gráfico a sus artículos periodísticos. Estos datos no presentan diferencias significativas con otras coberturas llevadas a cabo por estos periódicos ni con sus rasgos de estilo (Koziner, 2015a), de modo que no es posible concluir que el uso de imágenes de distinto tipo haya sido utilizado como un dispositivo para sumarle relevancia al caso.

Gráfico 4.6. Acompañamiento gráfico de las notas de la LSCA. (1 de marzo – 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*



Fuente: elaboración propia.

Hasta aquí, se analizaron las variables formales de la cobertura de la LSCA —géneros periodísticos, secciones, autoría, frecuencia de publicación, aparición en tapa, tipo de página, tamaño y acompañamiento gráfico— en *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* y se señalaron sus diferencias.

Entre los datos más salientes, se destaca un abordaje de tipo episódico de la información, observable en el predominio de las notas del género informativo por sobre una proporción menor de notas de opinión, con un desarrollo contextualizado y de mayor nivel interpretativo. Esta tendencia es más acentuada en el caso de *Ámbito Financiero*, aunque ello puede relacionarse con un rasgo de estilo editorial del diario: en sus páginas, la información y la opinión resultan más difíciles de distinguir.

Las piezas periodísticas sobre el caso aparecen publicadas mayormente en la

sección ‘Economía & Política’ en los dos periódicos. En algunas ocasiones, coincidentes con los tramos de mayor frecuencia de cobertura y más alto grado de controversia, se creó una sección especial para este *issue*. En ambas secciones, son las primeras diez páginas de los diarios las que se constituyen en el espacio privilegiado de publicación.

Las notas de tipo argumentativo se distribuyen en distintos espacios de los periódicos, según quién sea el autor de la misma. Por lo general, las editoriales o las firmadas por periodistas o editores, aparecen entre las primeras diez páginas. En contraste, las notas de columnistas externos se ubican en el ‘resto del periódico’. En el caso de *El Cronista*, estas últimas superan en número a las primeras. Por esta razón, se observa en ese periódico una tendencia a ceder la interpretación de los hechos acerca de la LSCA a actores que no pertenecen al *staff* de los diarios (Koziner, 2015a).

En relación con lo anterior, predominan las notas que no llevan firma, especialmente en *Ámbito Financiero*. La amplia mayoría de estas pertenecen al género informativo. Las argumentativas se reparten entre periodistas, editores y director del diario, en el caso de *El Cronista*. En tanto, en *Ámbito* se destacan las firmadas por editores y columnistas externos.

Con respecto a la frecuencia de aparición de la LSCA a lo largo de las 36 semanas estudiadas, se mencionó que el promedio diario de publicación es de un artículo para este “evento crítico” (Pride, 1995). Sin embargo, la cantidad de notas no se distribuye de modo homogéneo durante todo el período. En su evolución, se identificaron cuatro etapas de distinta duración y grado de relevancia. Es la segunda fase (del 31 de agosto al 18 de septiembre) la que concentra el mayor número de unidades (39,4%) y la que registra el pico máximo de cobertura, el 17 de septiembre. Ese día se contabilizan 14 notas, casi un tercio de la totalidad publicada durante las 24 semanas que abarca la primera etapa del caso (desde el 18 de marzo hasta el 28 de agosto).

La ubicación y disposición de la información acerca de la LSCA también dan cuenta de su importancia: alrededor de un cuarto de los días tuvieron el tema en alguno de sus títulos de portada. Cada vez que esto ocurrió, la tendencia de *El Cronista Comercial* fue a incluir más de un título, dado que el promedio de aparición es de 2 titulares por tapa para este diario. *Ámbito*, en cambio, incluyó por lo general un único título en tapa cada vez que le asignó al caso un lugar en ese espacio de máxima visibilidad.

El comportamiento de la totalidad de las variables observadas de modo conjunto, arroja que fueron seis las semanas en las cuales la LSCA adquirió una alta relevancia. Es decir que tuvo una mayor frecuencia de cobertura, las notas fueron publicadas en espacios de mayor visibilidad y tuvieron una extensión más larga en relación con el resto del período.

Las primeras tres semanas en importancia (27°, 28° y 29°) integran la segunda fase y concentran el 39% del total de la cobertura. Durante ese lapso de tiempo se produjo el debate del proyecto de ley en la Cámara de Diputados y este alcanzó la media sanción. La

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

semana 30° forma parte de la tercera etapa y reúne un 16% de la totalidad de las notas. En esa semana se produjeron los primeros debates en las comisiones de la Cámara Alta y la mayoría de los hechos noticiosos giraron en torno a esa cuestión. Por último, la 32° y la 33° condensan el 20% de las unidades. Durante la primera de ellas se debatió en el recinto y se aprobó la LSCA. La segunda concentra las repercusiones de estos eventos.

En definitiva, los datos señalados en estos primeros apartados permiten corroborar la *hipótesis I* de esta investigación, según la cual la importancia de la LSCA en la prensa económica estuvo asociada al comportamiento de ciertos 'dispositivos de relevancia' que operaron con mayor fuerza en los tramos de altos niveles de polémica.

Lo dicho no implica afirmar que el caso bajo estudio desaparezca durante el resto del período. Por el contrario, mantiene su presencia en el temario de los diarios, aunque su importancia es baja y muchas veces las notas son relegadas a espacios de menor visibilidad.

Una vez descritos los rasgos formales de la información sobre el caso, es necesario profundizar en las características de su contenido para conocer cómo fue encuadrado y cuáles fueron los actores que tuvieron mayor peso como voces en el relato de la información y como protagonistas en la acción narrada. Los siguientes apartados procuran avanzar en este sentido.

Standing o crédito de las fuentes

Desde el punto de vista del *Indexing*, los periodistas suelen recostarse en la información provista por los actores pertenecientes a los distintos poderes del Estado, pues estos están constitutivamente investidos de noticiabilidad por la autoridad que les confiere el cargo que ejercen (Amadeo, 1999; Aruguete, 2011b; Bennett, 2012). En consecuencia, su versión legitima la cobertura de un acontecimiento. Con relación a este planteo general, aquí se sugirió que el mero predominio de fuentes oficiales en las coberturas no garantiza que su encuadre quede plasmado allí y, menos aún, que se trate del *frame* dominante.

A fin de profundizar en el rol que las fuentes adquieren en los textos, se introdujo la noción de *standing*: la operacionalización de este concepto y el rastreo de sus distintos indicadores permite establecer no solo cuáles son los portavoces predominantes sino también el crédito que se le otorga a sus posturas. Sobre este punto versa el presente apartado, en coherencia con lo planteado por el segundo objetivo específico de la Tesis.

Principales hallazgos del nivel de *standing* en los textos

En este apartado se presenta una serie de premisas de distinto grado de complejidad. Estas sistematizan los hallazgos que se desprenden del análisis del

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

comportamiento de las variables correspondientes al *standing* en los artículos periodísticos publicados por *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

a. *La cobertura de la LSCA se caracteriza por la baja mención de fuentes, tanto en las notas informativas como en las de carácter interpretativo.*

Las primeras dos condiciones para que la postura de un actor individual o colectivo adquiera crédito en los medios de comunicación son la visibilidad y su identificación explícita como fuente de información. Es decir, que no solo se trate de 'fuentes utilizadas' por los periodistas que elaboraron la información, sino que sean también 'fuentes mencionadas' (Rodrigo Alsina, 1993). A los efectos de conocer cuáles de estas últimas predominan en la cobertura de la LSCA, se indagan las más citadas a lo largo de todo el período estudiado, ya sea como *speaker* principal o secundario.

El primer dato relevante que surge de la revisión del corpus es que dos de cada diez unidades de análisis (22,3%) no citan fuente alguna. Este número es significativo, sobre todo si se atiende al género de las mismas. Los rasgos propios del género argumentativo —columnas, notas de opinión, editoriales— admiten una menor presencia o, incluso, la ausencia de fuentes. La interpretación "de segundo grado" que promueve este género es evaluativa, "se proyecta sobre el horizonte incierto de lo por venir y trata de ofrecer una interpretación verosímil del futuro" (Gomis, 1991, p. 108); tiene, por eso, un menor apego a los "hechos" o "datos duros". La noticia, en cambio, procura un estilo de "exactitud" acerca del pasado inmediato, en tanto el tipo de interpretación que ofrece es descriptiva e indicativa; convoca, así, la palabra de fuentes que suministran la información (Gomis, 1991).

Sin embargo, la diferencia entre los géneros no es tan amplia: el 58% de las notas sin fuentes publicadas por *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* acerca de la LSCA son informativas, mientras que el 42% restante pertenece al género argumentativo. Además, el 33,6% de las notas citan una única fuente proveedora de información. El alto número de notas que no refieren a ningún o solo a un *speaker* es un dato que surgió en trabajos previos (Koziner, 2015a) y que puede entenderse como un rasgo de las coberturas de ambos periódicos, pues no hay entre ellos diferencias significativas en este punto.

Entre las notas que identifican alguna fuente, solo un 3,1%[276] corresponde a las denominadas *off the record*, codificadas bajo la categoría "no se identifica". Se trata de casos en los cuales los periodistas mencionan explícitamente que han consultado a algún portavoz de donde recogieron la información, pero no revelan ningún dato sobre este. Si estos casos se agrupan con los que no mencionan fuente alguna —y así debe ser, en tanto la visibilidad del actor es una de las condiciones necesarias para la obtención de *standing*—, se concluye que un cuarto del total de las unidades omite implícita o explícitamente revelar sus fuentes. El uso del *off the record* ha sido advertido también en otros estudios que analizaron la cobertura de distintos temas políticos en la Argentina (Aruguete, 2011b; Rey Lennon, 1998).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

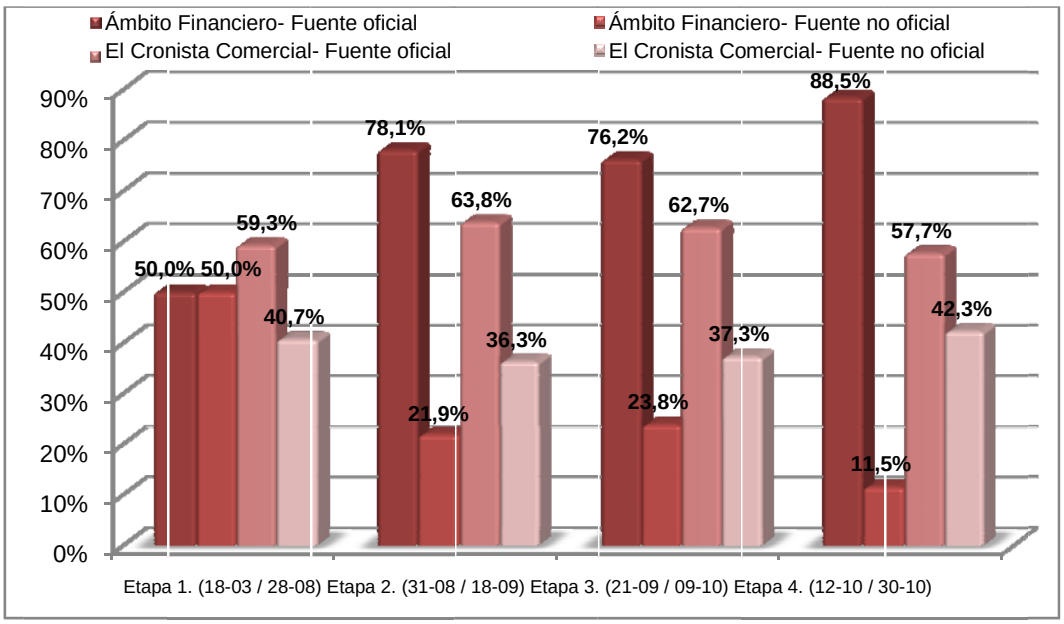
El derecho a la reserva de las fuentes informativas es garantía de la libertad de investigación de los periodistas, en tanto protege su labor profesional y resguarda a aquellas personas o instituciones que colaboran con esta y que no podrían hacerlo si se las identificara (Loreti, 1995). Sin embargo, el uso de fuentes "no atribuibles" (Edo, 2009) suele ser considerada una excepción (Rodrigo Alsina, 1993). Por ese motivo, llama la atención la alta proporción de notas con esa característica en la cobertura analizada.

b. *La visibilidad de los distintos speakers varía en función de la evolución temporal del caso y de los tópicos alrededor de los cuales se desarrollan los acontecimientos noticiosos de la LSCA.*

Aquellos casos en los que sí se cita uno o más *speakers*, ¿de qué tipo son? El **Gráfico 4.7** sistematiza los tipos de fuente predominantes. A primera vista, se observa la preeminencia global de actores del nivel estatal: en promedio, el 68,6% de los portavoces de la cobertura es de carácter oficial[277]. Ello es coherente con la hipótesis del *Indexing*: desde esta perspectiva, se les reserva a los actores pertenecientes a instituciones o ámbitos estatales la primera y la última palabra en los reportes noticiosos (Bennett, 2012) sobre la LSCA.

Este análisis partió de la presunción de que, conforme crece el nivel de polémica, la pluralidad de fuentes es mayor (Bennett, 1996). La afirmación fue corroborada en trabajos previos que hallaron esta regularidad en la cobertura de distintos temas (Amadeo, 1999; Aruguete, 2007; Koziner, 2015a). Sin embargo, dicha pauta se comprobó solo parcialmente en esta Tesis: durante la segunda y tercera etapa, que fueron las de mayor relevancia del período, las fuentes oficiales superaron por mucho a las no oficiales.

Gráfico 4.7. Tipo de fuentes en las notas de la LSCA, según etapa (1 de marzo – 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*



Fuente: elaboración propia.

Vale la pena considerar los diarios por separado en este punto, pues presentan algunas diferencias. La tendencia global a citar mayoritariamente a los actores estatales es más acentuada en *Ámbito Financiero*. A excepción de la primera etapa del caso, durante la cual el uso de ambos tipos de fuentes resulta equilibrado[278], las fuentes oficiales superan muy considerablemente a las no oficiales en este diario. No obstante, la 'etapa 2' y la 'etapa 3' parecen ser menos desproporcionadas que la cuarta, cuando las fuentes no estatales descienden al 11,5%.

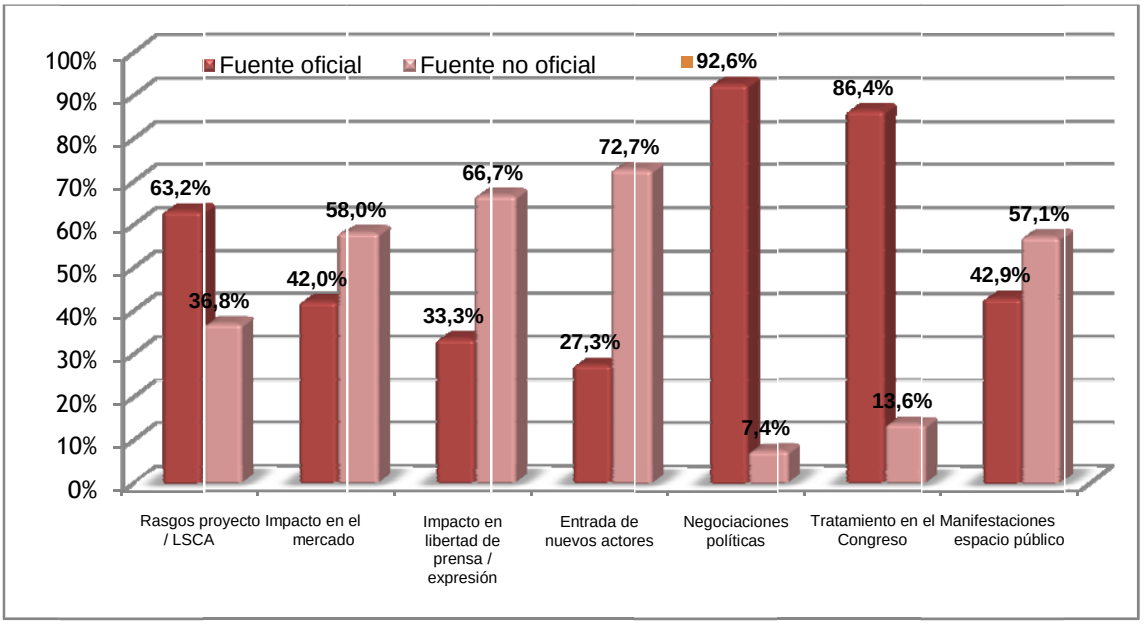
En *El Cronista Comercial*, en cambio, se observa que durante las etapas de más elevada relevancia informativa disminuye la proporción de citas a fuentes no oficiales. Así, se invierte para este diario la premisa que sostiene que la presencia de voces de actores no oficiales es directamente proporcional a los niveles de controversia: por el contrario, el foco de la cobertura está centrado en la palabra de funcionarios e instituciones del Estado.

Ahora bien, ¿puede establecerse algún grado de asociación entre el tipo de fuente citada y el tópico del que trata el artículo periodístico? Los resultados del cruce de ambas variables, volcados en el **Gráfico 4.8**, sugieren que sí. A fin de confirmarla estadísticamente, se calcula el coeficiente V de Cramer[279], que arroja un valor de ,431. Es decir, existe una moderada intensidad en la relación entre ellas.

De los datos representados en el **Gráfico 4.8** se desprende que el predominio categórico de las fuentes oficiales se concentra en tres tópicos. Estos son, por cierto, los de mayor frecuencia en términos globales: 'negociaciones políticas de las partes involucradas', 'tratamiento del proyecto en el Congreso' y 'rasgos generales del proyecto / de la LSCA'. En el primero, la proporción de fuentes no oficiales representa la tercera parte de las oficiales. Los otros dos tópicos, por su parte, parecen moldearse prácticamente a partir del insumo que proveen las declaraciones de funcionarios públicos. Una primera conclusión sugiere, así, que el rango de fuentes y puntos de vista consultados acerca de los tópicos de mayor importancia están afianzados en los círculos de decisión oficial, independientemente del poder del Estado al que pertenezcan y de la postura que tengan frente a la LSCA.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Gráfico 4.8. Tipo de fuente según tópico (1 de marzo – 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*



Fuente: elaboración propia.

Se evidencian cuatro tópicos en los cuales predominan fuentes de carácter 'no oficial': 'Manifestaciones en el espacio público / opinion pública', 'Entrada de nuevos actores al sistema' e 'Impacto de la medida en el mercado de medios' e 'Impacto de la medida en el ejercicio del derecho a la libertad de prensa y/o expresión'.

El tipo de acontecimientos que agrupa el tópico 'Manifestaciones en el espacio público / opinión pública' hace presuponer que la cita a fuentes no estatales sea más frecuente. En efecto, se ha afirmado que las coberturas suelen involucrar a esta clase de fuentes en desobediencias civiles, protestas o actos desordenados, con lo que se termina estableciendo un contexto interpretativo adverso a su alrededor (Gitlin, 2003). En palabras de Van Dijk (1999, p. 34), los grupos minoritarios suelen ser caracterizados como poco noticiables, "salvo si son percibidos como causas de problemas".

El hallazgo respecto de los otros tres tópicos resulta elocuente por dos motivos que obligan a profundizar el análisis. En primer término, porque se trata de aquéllos con menor frecuencia de aparición en el universo de notas estudiadas, pues suman apenas el 22% de las unidades entre los cuatro[280]. De ello se desprende, en principio, que el protagonismo de las fuentes 'no oficiales' fue relegado a tópicos considerados, en sí mismos, de menor relevancia para el desarrollo del caso.

En segundo lugar, tres de los tópicos giran en torno a ejes que vertebraron el texto del proyecto que se convirtió en Ley, tal como se desarrolló en el **Capítulo 2**. Este se caracterizó, entre otros aspectos, por la adopción de una noción colectiva de la libertad de expresión —en sintonía con los instrumentos internacionales y los sistemas de protección de derechos humanos—, la creación de distintos mecanismos de regulación del mercado

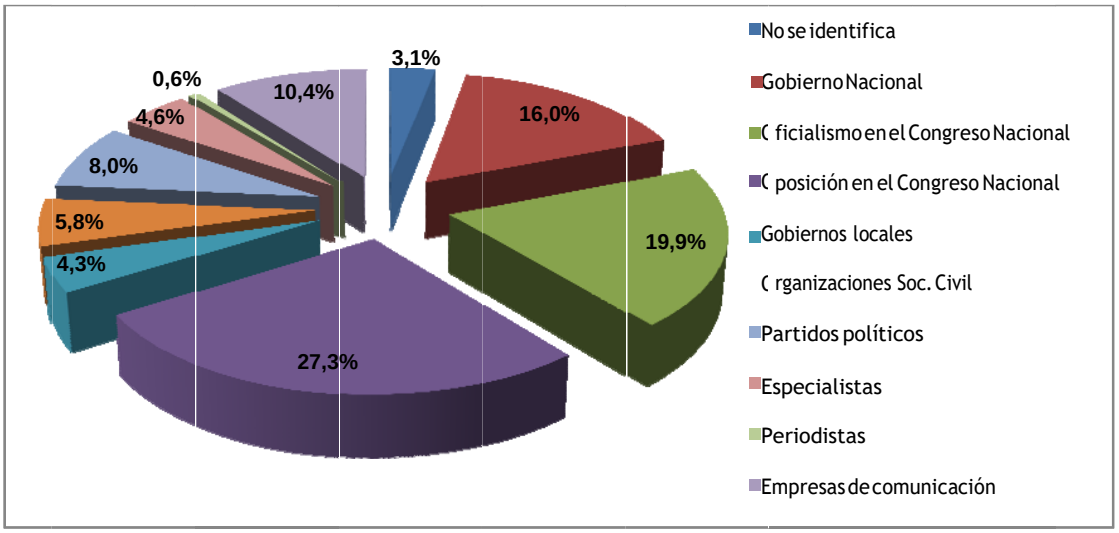
que fortalecieran la competencia y la promoción de la entrada de nuevos actores como prestadores de servicios audiovisuales, impulsando el desarrollo de la 'diversidad abierta' (Van der Wurff & Van Cuilenburg, 2001).

Debe tenerse en cuenta, sin embargo, que los *speakers* agrupados en la categoría 'no oficiales' son heterogéneos, pues esta abarca a actores de diverso grado de institucionalización y peso político en el debate. Las grandes empresas de medios de comunicación, las 'telcos', las cooperativas de servicios públicos, los actores del sector sin fines de lucro[281], los periodistas, los especialistas en medios y los partidos políticos considerados como un todo, opacan la posibilidad de interpretar con mayor minuciosidad cómo se organizan estas fuentes y cuáles de ellas alcanzan las condiciones para adquirir *standing* en los textos.

Consecuentemente, cabe preguntarse en primer lugar quiénes integran las denominadas 'fuentes oficiales' y 'no oficiales' y cuáles de los *speakers* que forman parte de ellas reciben mayor atención en las notas.

El **Gráfico 4.9** desglosa las distintas categorías de fuentes. Las más citadas provienen del Poder Legislativo[282]: las fuerzas de la oposición y del oficialismo en el Congreso de la Nación suman el 47,2% de las menciones a lo largo de todo el período. El dato es coherente con las etapas de mayor frecuencia de publicación, pues la discusión parlamentaria se inició recién durante el mes de septiembre. Entre marzo y agosto, el anteproyecto de ley había sido debatido en los FPCP llevados a cabo en la arena de la sociedad civil. El resto de las fuentes estatales se distribuyen entre el Gobierno nacional (16%), promotor del proyecto de ley de SCA, y los Gobiernos locales —gobernadores o intendentes— (4,3%).

Gráfico 4.9. Frecuencia de aparición de las fuentes en las notas de la LSCA (1 de marzo – 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

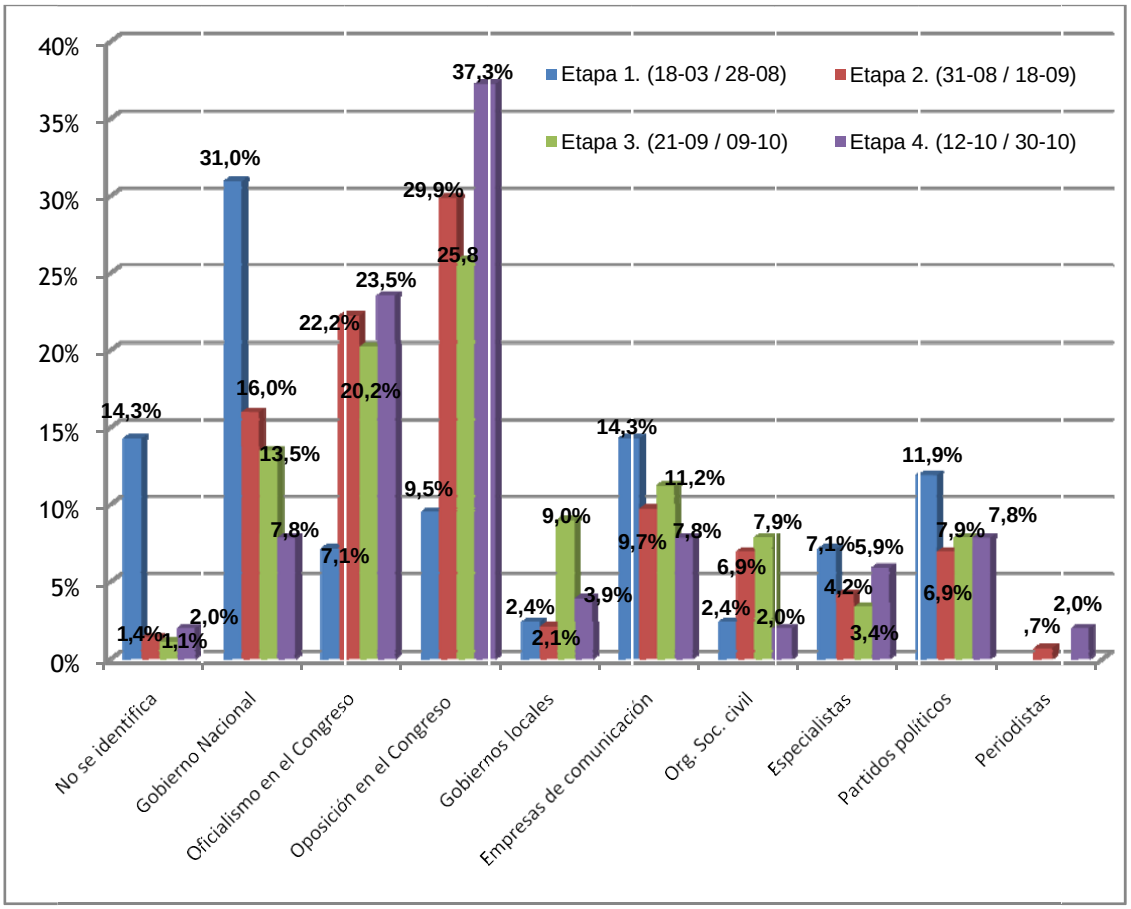


Fuente: elaboración propia.

Las fuentes no oficiales suman el 29,4% y, como se ha dicho, concentran una diversi ad de actores mucho mayor: empresas o asociaciones empresarias de comunicación (10,4%), partidos políticos (8%), organizaciones del sector 'sin fines de lucro' (5,8%), especialistas (4,6%) y periodistas (0,6%).

Una vez descrita la frecuencia global de los distintos *speakers*, conviene desglosar, por un lado, el nivel de participación de cada uno de ellos durante las etapas de desarrollo del caso y, por otro, los tópicos alrededor de los cuales se convocan sus declaraciones. El **Gráfico 4.10** vuelca la evolución en la presencia de las fuentes a lo largo de las cuatro etapas en las que fue periodizada la cobertura.

Gráfico 4.10. Aparición de las fuentes %en las notas de la LSCA, según etapas (1 de marzo – 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*



Fuente: elaboración propia.

De la observación del **Gráfico 4.10**, se desprenden algunos datos elocuentes que pueden leerse en combinación con otros rasgos de la cobertura. La primera fase del caso se caracteriza por la importancia que adquieren las fuentes gubernamentales (31%) y, dentro de este, cobra relieve la voz de la Presidenta Cristina Fernández, quien presentó personalmente el anteproyecto que se sometería primero a debate público y luego, al

parlamentario. En la superficie de los diarios, son la primera mandataria y su núcleo más cercano quienes están mayormente a cargo de explicar y defender las características de la propuesta lanzada por el PEN: “Cristina se refirió al proyecto como un ‘instrumento jurídico que posibilitará el acceso a los bienes de carácter social que hoy son monopolizados’[283].

Del concierto de voces que incorporan los diarios durante esta fase, participan también — aunque en menor medida— representantes de empresas de comunicaciones y de partidos políticos. Entre estos últimos, se destaca el ex Presidente Néstor Kirchner[284] quien no puede ser caracterizado como ‘fuente oficial’ en sentido estricto, pues no desempeñaba ningún cargo público, aunque su postura representa a la del Gobierno nacional, como se verá más adelante.

Las diferencias entre los periódicos no son significativas en cuanto a los *speakers* cuyas palabras retoman, aunque sí varía la importancia que le otorgan a cada uno. Mientras *Ámbito Financiero* es relativamente equilibrado en el espacio dedicado a los actores gubernamentales, empresariales y a representantes de partidos políticos, *El Cronista Comercial* prioriza la palabra del Gobierno por sobre las otras dos. En ambos diarios, la participación de las organizaciones de la sociedad civil como fuentes de información es prácticamente nula en esta fase.

Durante la segunda etapa, la mayoría de las fuentes proviene del Poder Legislativo, arena central de la acción, y —en menor medida— del Gobierno nacional. No obstante, cabe aquí hacer una distinción entre ambos periódicos: en *Ámbito Financiero*, el uso de fuentes oficiales asciende al 78,1%, centrándose en el Congreso y en el PEN. En *El Cronista*, en cambio, estas alcanzan el 63,8% de las citas y se incorpora un mayor número de voces de organizaciones sin fines de lucro, de especialistas y del sector empresario. La palabra de este último es retomada como principal en varias ocasiones, tal como se ejemplifica en la **Imagen 4.7**. De este modo, y aunque el predominio de fuentes oficiales sea muy claro, es justo señalar que la pluralidad de *speakers* es mayor que en el otro matutino.

Imagen 4.7. Uso de fuentes durante la segunda etapa de la cobertura de la LSCA en *El Cronista Comercial*.

Adepa: “se afecta la seguridad jurídica”

LAS FIRMAS QUE INGRESARON A LA TELEFONÍA DESDE 2000 INSISTIRÁN POR EL TRIPLE PLAY

Según las telefónicas, se pierde una oportunidad para modernizar el negocio

Fuente: *El Cronista Comercial* (18/09 y 15/09/2009).

La tercera etapa se asemeja a la anterior en cuanto a la variedad de fuentes y al amplio predominio de las de carácter oficial. No obstante, se observa una mayor presencia de los ‘gobiernos locales’ y del sector empresario[285]. El crecimiento del primer actor, leído

en combinación con el predominio de la arena legislativa como escenario de la acción narrada en las noticias, da cuenta del vínculo que se establece entre los miembros del Senado y los poderes ejecutivos provinciales.

En efecto, el debate parlamentario del proyecto de ley de SCA desató tal nivel de controversia nacional, que llevó a la mayor parte de jefes de estado provinciales a expresarse públicamente al respecto[286] ("Para Binner 'es una ley muy polémica'"[287]; "Duelo de gobernadores: Capitanich vs. R. Saá"[288]). La posición que estos fijaron fue un factor de peso para los miembros del Senado a la hora de definir sus votos. En palabras de Coronel & Zamichiei, "para comprender la dinámica del Congreso Nacional argentino, los gobernadores importan" (2013, p. 12). En sintonía con esta idea, los diarios les reconocen a las palabras de los miembros del Senado un rol relevante en la discusión.

El sector empresario también es más frecuentemente consultado que en la fase anterior, aunque se advierte una diferencia entre los diarios. *El Cronista Comercial*, cita con mayor frecuencia a los propietarios de grandes medios ("'Con la Ley de Medios, el sector privado quedará reducido a un tercio', dijo ayer Daniel Vila, propietario de América y del grupo Uno"[289]) y a representantes de las 'telcos' ("El presidente de Telefónica, Eduardo Caride, recordó ayer que el denominado *triple play* (…), 'genera mayores ingresos por el mismo acceso' (…) junto con Telecom quedó expresamente excluida de ofrecer este servicio por el proyecto de ley de comunicación audiovisual"[290]. En tanto, la palabra del sector aparece con menor frecuencia en *Ámbito Financiero*. Aunque la diversidad de actores del sector que cita este diario es similar, se advierte aquí la presencia de las palabras de actores pertenecientes al campo cooperativo, prácticamente ausente en *El Cronista* ("Daniel Celentano, representante de la Asociación Bonaerense de Televisión, planteó la necesidad de una ley de la democracia que sume voces pero que no calle voces y reclamó cambios en el proyecto para 'evitar asimetrías'"[291]).

La cuarta y última etapa se basa en las "repercusiones" de la aprobación de la LSCA. En ese marco, se destaca la relevancia de la 'oposición en el Congreso nacional'. Ambos periódicos retoman la palabra de este portavoz, con críticas a distintos aspectos del proceso de votación:

> La UCR denunció ayer (…) a la senadora correntina María Dora Sánchez, quien modificó su voto y apoyó en el recinto la nueva ley de medios. El encargado de promover la acción judicial fue el presidente de la UCR, Gerardo Morales, quien advirtió que "el Gobierno tiene que dejarse de presionar" a los legisladores.[292]
>
> "El Parlamento debe anular la fe de erratas que, según la información que tenemos, es una modificación de la ley. El Ejecutivo, a su vez, debe anular la promulgación, publicar la ley que efectivamente se trató y mandar al Congreso una ley correctiva. Esto implica una investigación del proceso administrativo que se siguió y que, además, automáticamente no corran los plazos que estipula el texto", explicaron los legisladores opositores[293].

En cuanto al resto de los *speakers*, es preciso señalar que los periódicos difieren en el lugar que les otorgan durante esta etapa. *Ámbito Financiero* se centra prácticamente de

modo exclusivo en las fuentes oficiales cercanas al Gobierno: ya sea para apuntar el derrotero administrativo de la LSCA una vez aprobada, o para vaticinar el futuro de la implementación de la norma: "[el plazo de desinversión previsto por el artículo 161°] 'son más de dos años. Hay que conformar la estructura de la autoridad de aplicación, el Consejo Federal; hay que determinar también las pautas de la transición', expresó Miguel Pichetto"[294]; "'Haremos que funcione el organismo de aplicación en minoría y empezaremos a trabajar. Yo no me voy a someter a la extorsión de la oposición', se quejó ayer Rossi"[295].

El Cronista, por su parte, mantiene el predominio de los funcionarios públicos como fuente, pero incluye un mayor número de *speakers* no oficiales. Entre ellos, los 'especialistas' y el sector empresario, ambos ausentes en *Ámbito* durante esta fase, y los 'partidos políticos':

> Según el constitucionalista Gregorio Badeni "es evidente que si la ley [de SCA] entra en vigor habrá múltiples reclamos judiciales por la violación de derechos adquiridos correspondientes a los actuales titulares de licencias."[296]
>
> La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) lamentó ayer el "clima polémico y politizado" que se registró en el Congreso y en el debate en torno a la aprobación de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.[297]
>
> Mauricio Macri y Francisco De Narváez anunciaron ayer que el espacio que comparten buscará revisar la Ley de Medios luego del 10 de diciembre, cuando se integren los nuevos legisladores a las dos cámaras.[298]

En síntesis, la preponderancia de las fuentes oficiales es un denominador común a todas las etapas de evolución del caso, aunque varían los *speakers* que predominan en cada una. Como se observa en el **Gráfico 4.10**, la importancia otorgada a la palabra del actor gubernamental[299] disminuye conforme la acción relatada se desplaza hacia la arena legislativa y va aumentando la relevancia de los *speakers* pertenecientes a ambas cámaras del Congreso de la Nación, tanto los al oficialismo y 'aliados' como los de la oposición política.

Entre los portavoces no oficiales, se destaca el sector empresario, coherentemente con el área en la cual se especializan los periódicos estudiados. Dentro del sector, resalta la palabra de las entidades que agrupan empresas de medios de comunicación y, en menor proporción, las empresas de telecomunicaciones. Inversamente, las ONGs y los medios de comunicación sin fines de lucro tienen una participación marginal como fuentes de información, que —en términos absolutos— aumenta durante las etapas de mayor nivel de debate y controversia.

Ahora bien, más allá de las etapas de evolución del caso, se sostiene aquí que las fuentes alcanzan distintos niveles de protagonismo en las notas sobre la LSCA según el tópico del que se trate. A los fines de indagar en este punto, se elabora la **Tabla 4.6**, de la cual se desprenden varios datos elocuentes.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla 4.6. Fuentes citadas según tópico central de la nota entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Speakers	Tópicos principales de la nota						
	Rasgos proyecto / LSCA	Impacto en mercado de medios	Impacto en libertad de prensa y/o expresión	Entrada nuevos actores	Negociaciones políticas	Tratamiento en Congreso	Manifestaciones en el espacio público
Presidenta	10,2%	9,1%		18,2%	1,9%	1,1%	14,3%
Gobierno nacional	4,5%	9,1%		-	3,7%	4,5%	14,3%
COMFER	5,7%	9,1%	16,7%	-	5,6%	1,1%	-
Oficialismo en Congreso	17,0%	9,1%		-	40,7%	26,1%	-
Oposición en Congreso	19,3%	6,8%		9,1%	35,2%	51,1%	14,3%
Gobiernos locales	6,8%	-	16,7%	-	5,6%	3,4%	-
Subtotal fuentes oficiales	**63,6%**	**43,2%**	**33,3%**	**27,3%**	**92,6%**	**87,5%**	**42,9%**
Empresas de medios	4,5%	31,8%	50,0%	9,1%	1,9%	2,3%	-
Telcos	1,1%	9,1%		18,2%	-	-	-
Soc. civil / sin fin lucro	11,4%	-		36,4%	-	2,3%	42,9%
Especialistas	10,2%	4,5%		9,1%	1,9%	-	-
Partidos políticos	4,5%	6,8%		-	3,7%	6,8%	14,3%
Néstor Kirchner	3,4%	4,5%		-	-	1,1%	-
Periodistas	1,1%	-	16,7%	-	-	-	-
Subtotal fuentes no oficiales	**36,4%**	**56,8%**	**66,7%**	**72,7%**	**7,4%**	**12,5%**	**57,1%**
Total	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Fuente: elaboración propia.

En primer término, se observa un alto nivel de aparición de la palabra del actor gubernamental, promotor del proyecto, en el marco de los 'Rasgos del proyecto de ley de SCA'. Si bien se trata del tópico que cita las declaraciones de la mayor diversidad de fuentes[300], los portavoces del Gobierno —la Presidenta de la Nación, los funcionarios del PEN y el COMFER— concentran el 20,4% de las declaraciones alrededor de las características, alcances y limitaciones del proyecto de ley de SCA: "Cristina se refirió al proyecto como un 'instrumento jurídico que posibilitará el acceso a los bienes de carácter social que hoy son monopolizados'"[301]; "El funcionario kirchnerista Gabriel Mariotto sostuvo que 'bajo ningún aspecto [el proyecto de ley] pone en cabeza del Poder Ejecutivo las decisiones; se trata de un organismo absolutamente autárquico y descentralizado"[302]. De entre los miembros del PEN, se destaca la Presidenta Cristina Fernández cuya palabra es citada también en el marco del 'Impacto de la medida en el mercado de medios', la

‘Entrada de nuevos actores al sistema’ y las ‘Manifestaciones en el espacio público’.

En el núcleo cercano al Gobierno nacional, se hallan los legisladores oficialistas —tanto del partido de Gobierno como de fuerzas aliadas a este— y el ex Presidente Néstor Kirchner, máxima autoridad del PJ y candidato a diputado nacional hasta el 28 de junio y, luego de las elecciones, diputado electo por la provincia de Buenos Aires. A falta de una categoría que sintetice con mayor precisión a este conjunto de actores, se opta por denominarlos *speakers* o actores del ‘ámbito gubernamental’. Ello porque, por un lado, rebasa la categoría de ‘Gobierno’, pues incluye a actores que no lo integran formalmente. Tampoco se adecua, por otra parte, el concepto de ‘fuentes oficiales’ (Steele, 1997), toda vez que excluye a actores que la conforman —como los legisladores de la oposición— e incluye a otro que queda fuera de esa denominación —el ex Presidente Néstor Kirchner—.

Los parlamentarios desempeñaron un rol importante en las discusiones alrededor de los ‘Rasgos del proyecto de ley de SCA’, el ‘Impacto de la medida en el mercado de medios’, las ‘Negociaciones políticas entre las partes involucradas’ y el ‘Tratamiento del proyecto de Ley en el Congreso’[303]. En tanto, las declaraciones de Néstor Kirchner se centraron en los ‘Rasgos del proyecto de ley de SCA’, el ‘Impacto de la medida en el mercado de medios’.

En suma, la presencia de las fuentes pertenecientes al ‘ámbito gubernamental’ resulta predominante en cinco de los siete tópicos en que puede desagregarse el proceso de debate y aprobación de la LSCA. En el ‘Tratamiento del proyecto de ley en el Congreso’, por su parte, prevalecen de modo claro las fuerzas de la ‘oposición’. El ‘Impacto de la medida en el ejercicio del derecho a la libertad de prensa y/o expresión’ es el tópico de menor frecuencia de aparición. Entre las pocas declaraciones que aparecen alrededor de él, se destacan fundamentalmente las del sector empresario.

Las declaraciones de quienes integran las fuerzas de la oposición política en el Congreso son las privilegiadas en el marco de los debates sobre el proyecto de ley, tanto en comisiones como en los recitos de ambas cámaras. En su mayoría, las citas se organizan temáticamente en la ‘dimensión político-institucional’ y se refieren más al enfrentamiento entre defensores y detractores que a los argumentos de apoyo o rechazo al proyecto que se debatía en el recinto: “‘Esta sesión especial es ilegítima, porque se constituyó la Cámara después de los tiempos estipulados’, se quejó el jefe de la bancada radical, Oscar Aguad”[304];

> “Queremos que se analice artículo por artículo, con audiencias públicas y siete foros regionales. Propongo que se defina esto y hago una moción de orden”, pidió [la diputada titular de la comisión de Libertad de Expresión Silvana] Giudici con el apoyo de la Coalición Cívica y el PRO[305].
>
> El jefe de la bancada radical [en el Senado], Ernesto Sanz, expresó la desazón del conglomerado antikirchnerista: “Nosotros lo hemos intentado, pero el Gobierno se va a salir con la suya y va a tener la ley que quiere”[306].

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ciertamente, la segunda fuente en importancia en las notas que abordaron el debate parlamentario, fueron los legisladores pertenecientes al oficialismo, quienes encarnaron el polo opuesto de la disputa:

> Agustín Rossi (FpV, Santa Fe): "Yo creo que fue un gran error de parte de la oposición levantarse e irse, además de haber hecho un uso chicanero y abusivo del reglamento (…) con el único sentido de aletargar nuevamente el inicio de sesión".[307]
>
> "Este senador de ninguna manera tomará de rehén al bloque oficialista. Seguramente firme un dictamen en disidencia". Así, el jujeño Guillermo Jenefes dio por tierra ayer con las esperanzas opositoras.[308]

De modo similar a lo que sucede con los debates en el Congreso, el tópico 'Negociaciones políticas entre las partes involucradas', también se desarrolla mayormente en la 'arena legislativa', y las declaraciones tienden a estar organizadas temáticamente dentro de la 'dimensión político-institucional', aunque aparece fuertemente un componente de consenso. Por una parte, aumenta el protagonismo de las fuentes afines al Gobierno, en tanto buena parte de los intercambios entre los parlamentarios se definen como "concesiones" del oficialismo para lograr apoyo de otras fuerzas políticas. El principal anuncio en ese sentido fue hecho por la Presidenta poco antes de la votación en la Cámara de Diputados y ambos periódicos le dedican amplio espacio a sus declaraciones:

> En la conferencia de prensa de ayer, Cristina de Kirchner explicó que decidió eliminar del anteproyecto el permiso para que las telefónicas puedan participar y "solo dejarlo a las cooperativas", al considerar que esa situación "constituía un escollo insalvable para muchos diputados para acompañar la ley de la democracia"[309].
>
> "Ahora eliminamos este escollo para lograr un consenso amplio y hacer honor a miles de hombres y mujeres de organizaciones sociales y periodistas para tener una nueva ley de medios de la democracia. De esta manera vamos a desterrar cualquier duda sincera que los legisladores puedan haber tenido sobre la generación de un nuevo monopolio", subrayó la Presidenta[310].

En el marco de este tópico, las citas a las distintas fuentes incorporan, en algunos casos, consideraciones técnicas acerca del proyecto. Así, la organización de las declaraciones de funcionarios públicos se desplaza del eje de la polémica hacia el de la negociación y el consenso:

> "Queremos sumar una mayoría sólida. Y esa mayoría necesita modificaciones. Así que vamos a intentar que nos den el OK para poder hacerlas", confió en diálogo con *El Cronista* una diputada de la primera línea del bloque K, al frente de las negociaciones[311].
>
> En diálogo con *El Cronista* adelantó que su bloque estaría dispuesto a votar a favor de la ley si hubiera modificaciones en dos artículos clave: la conformación de la autoridad de aplicación —para que sea "un órgano independiente"— y el plazo de un año (pasar a tres) que se les da a las empresas para ajustarse a la nueva ley[312].

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

En este tópico se registra, asimismo, un buen número de intervenciones por parte de los gobernadores. Tal como se mencionó más arriba, estos desempeñan un rol importante como interlocutores en las discusiones alrededor de las características del proyecto y de las negociaciones en el Congreso, según se desprende de los datos plasmados en la **Tabla 4.6.** Sin embargo, solo algunos mandatarios o integrantes de gobiernos locales aparecen citados en las coberturas. Concretamente, aquellos percibidos con posibilidades de negociar el apoyo de legisladores —tal como el gobernador de Chubut, Mario Das Neves, el de Santa Fe, Hermes Binner, la de Tierra del Fuego, Fabiana Ríos y el ex gobernador y presidente de la Legislatura de Entre Ríos, Jorge Busti—:

> El chubutense Mario Das Neves ya advirtió que los dos senadores (Marcelo Guinle y Silvia Giusti) y los cinco diputados (Rosa Chiquichano, Eva García de Moreno, Nancy González, Manuel Morejón y Juan Pais) que le responden —y que hasta aquí acompañaron al oficialismo— no votarán el proyecto "así como está" (…) De todas formas, cerca suyo dejaron la puerta abierta para apoyar el texto si hay cambios.[313].

Más allá de la importancia otorgada a las declaraciones de los primeros mandatarios provinciales, el tratamiento de este *speaker* comparte con el resto la existencia de fuertes rasgos de personalización de la cobertura de la LSCA (Bennett, 2012; García Beaudoux, D'Adamo, Slavinsky & Rosenbach, 2005; Paletz & Entman, 1981). Este punto será retomado en el apartado de *Framing*.

El sector empresario, por su parte, concentra el 10,8% de la totalidad de las citas. En dicho sector se agrupan las 'Empresas o entidades del sector de las telecomunicaciones' y las 'Empresas u organizaciones de empresas de medios'. No obstante, conviene considerarlas por separado, pues los tópicos y la frecuencia con que cada uno es citado presentan diferencias. Las declaraciones de los primeros se retoman durante la segunda y tercera fase del caso —cuando se debatía el proyecto en ambas cámaras del Congreso— y están centradas en el 'Impacto de la medida en el mercado de medios' (9,1%) y en la 'Entrada de nuevos actores al sistema' (18,2%). Como se mencionó, la iniciativa original incluía la posibilidad de que las empresas de telefonía brindaran servicios audiovisuales[314], aspecto que fue modificado por el oficialismo en el marco de las negociaciones con parte de las fuerzas de la oposición política en la Cámara de Diputados. La reacción negativa del sector a este punto recibe cobertura en los diarios:

> "Tenemos temor a la ignorancia que pueda haber en el Poder Legislativo y en el Ejecutivo respecto al mercado. Esperamos que, lo que [en la modificación propuesta por el Gobierno al proyecto de ley] se denomina como 'telefónicas' sean aquellas que a través del pliego de privatización de la ex Entel tuvieron diez años para desarrollar la red en todo el país", declaró Franco Cechini, secretario de Catip[315].
>
> El vocero de Telefónica dijo que "eliminar a cualquier compañía de telecomunicaciones implica impedir que las redes se desarrollen con una capacidad de fibra óptica cada vez más amplia para ofrecer desde una misma red telefonía, internet y televisión".[316]

En muy baja medida, la palabra de las empresas de telecomunicaciones es citada también en el marco de las discusiones acerca de los aspectos técnicos del proyecto de ley (1,1%). Si bien la frecuencia global de aparición de este *speaker* es baja en relación con el resto, lo cierto es que cada vez que se lo cita, se dedica buena parte de la nota a desarrollar su postura e, incluso, las divergencias entre las distintas empresas que lo conforman. Los fragmentos incorporados en la **Imagen 4.8** son representativos de este comportamiento, que es similar en ambos periódicos.

Imagen 4.8. Aparición del *speaker* 'Empresas o entidades del sector de las telecomunicaciones' en *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Ahora sólo cableras podrían dar telefonía, internet y televisión

Escribe Silvia Pecci

➤ *La decisión de Cristina de Kirchner de excluir del proyecto de ley de medios audiovisuales los artículos que permitían a las empresas telefónicas distribuir señales de cable por sus redes impactó de distinta manera en Telefónica y en Telecom, las principales compañías de telecomunicaciones.*

Una fuente de Telefónica de Argentina sostuvo que «el proyecto no incluía a la empresa porque por la ley de bienes culturales desde 2003 se impide a compañías de capital extranjero poseer más del 30% de señales de cable u otras firmas de radiodifusión». «Para Telefónica no cambió nada, seguimos en la misma del país, como el área metropolitana Buenos Aires.

La exclusión de las telefónicas se fundamenta en el pliego de licitación de Enti que prohíbe a las empresas sucesoras de ésta brindar servicios de radiodifusión, y en el Decreto 464 de 2000 de desregulación que mantuvo la misma limitación.

En tanto, la Comisión de Defensa de la Competencia basó la decisión de que Telecom Italia debe desinvertir en todos sus activos de telecomunicaciones en el país fundamentada en esas dos normas legales, que el proyecto de ley de medios audiovisuales echaba por tierra. Por lo cual, los italianos podrían haber cuestionado la vigencia de los instrumentos por los que se los obliga a la desinversión.

COMUNICADO POR LA EXCLUSIÓN DE LAS TELCOS DEL NEGOCIO

Telefónica pide "visión estratégica"

La modificación más resonante del proyecto oficial de Ley de Medios, la restricción para que las compañías de servicios públicos participen del negocio de la televisión por cable, generó un importante revuelo entre las telefónicas y las compañías de tecnología.

Telefónica de Argentina emitió un comunicado referido al cambio anunciado por la presidenta Cristina Kirchner esta semana. Según la compañía, "impedir a las empresas de telecomunicaciones brindar por su red todos los servicios que la tecnología permite, representa un obstáculo para el desarrollo de la Argentina y su inserción en el mundo de las comunicaciones".

En el texto distribuido a la prensa, la empresa de capitales españoles sostuvo que "para incentivar el acceso a la información y la competitividad de sus economías, los países más desarrollados implementan Programas Estratégicos de Desarrollo del sector de las comunicaciones y promueven, a partir de la convergencia tecnológica, la competencia entre infraestructuras".

"En la Argentina el sector de telecomunicaciones se encuentra abierto a la competencia desde hace más de diez años, y a partir de entonces se han otorgado más de seiscientas licencias a diversos operadores, que prestan servicio en zonas de interés económico", aseguró Telefónica.

Fuente: *Ámbito Financiero* (15/09/2009) y *El Cronista Comercial* (17/09/2009).

Por su parte, las declaraciones de las empresas de medios de comunicación son citadas con mayor regularidad a lo largo de todo el período, aunque —en términos absolutos— se registra un mayor número de declaraciones durante la segunda etapa. A diferencia de lo que ocurre con las empresas de telecomunicaciones, se observa aquí una distancia entre la frecuencia de publicación de ambos matutinos: el 75% de las citas a las empresas de medios aparecen en *El Cronista*. En este periódico, el portavoz del sector está conformado por ATVC, el Grupo Clarín, el Grupo Uno[317], ADEPA y la SIP. La **Imagen 4.9** ofrece algunos ejemplos al respecto.

Imagen 4.9. Aparición del *speaker* 'Empresas u organizaciones de empresas de medios de comunicación' en *El Cronista Comercial*.

EL EMPRESARIO DEL GRUPO UNO CONSIDERÓ UNA "VIOLACIÓN JURÍDICA" LA LEY DE MEDIOS

Vila asegura que el proyecto es "el peor despojo que se recuerde"

EL CRONISTA Buenos Aires

El empresario de medios Daniel Vila consideró durante la inauguración de la redacción del multimedios Uno, en Mendoza, que el proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que la presidenta Cristina Fernández de Kirchner envió al Congreso constituye "la violación jurídica e institucional más grave que haya sufrido nuestro país desde el 24 de marzo de 1976, día del último golpe de Estado". Las declaraciones generaron un amplio revuelo en el Gobierno y fueron respondidas por la propia Presidenta.

"El proyecto de Ley de Radiodifusión que ha mandado el actual Gobierno al Congreso de la Nación, so pretexto de cambiar una ley sancionada durante el proceso militar, esconde el mayor despojo que se recuerde en la historia de nuestro país", sostuvo el empresario anteayer, que subrayó el "despojo que le harán a la sociedad en su conjunto de derechos inalienables como son el de acceder a la información real, y no a la que el Estado desea hacer conocer; el derecho a la pluralidad, y no que puedan expresarse sólo los sectores afines al gobierno; y en definitiva lo que se pondrá en riesgo es la democracia que con tanto sacrificio los argentinos hemos logrado preservar por más de 25 años ininterrumpidos".

Vila estimó que "para muchos" Néstor Kirchner "ha perdido el juicio y como consecuencia actúa de esta manera, mandando un proyecto de ley de radiodifusión al Congreso de peor factura que el que podría soñar el mismísimo Hugo Chávez para controlar los medios de su país".

"Pero yo digo que no. Que está en su sano juicio. Que en realidad lo que está tratando de hacer es de revertir el fracaso de su acuerdo con el Grupo Clarín, a quien no logró editarle diariamente las tapas de sus periódicos y luego de una etapa de idilio, decidió romper lanzas, amordazarnos a todos los medios que desde hace casi 150 años tenemos una tradición periodística en nuestro país y así ir por su reelección", aseveró.

Y se preguntó en ese marco: "¿Cómo se explica si no que hace un año el mismísimo Kirchner le hubiera aprobado al Grupo Clarín la mayor fusión que recuerda nuestra historia, cuando se juntaron Cablevisión y Multicanal?".

Por estas declaraciones, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner cuestionó ayer al empresario Vila, porque firmó con el Estado un convenio para canjear por publicidad las deudas de su empresa con la AFIP. "Hace dos días firmé el decreto 1145 que ratifica 42 convenios firmados con empresas de multimedios para que deudas que tenían con la AFIP pudieran abordarse en su canje por publicidad", explicó la jefa del Estado. "Uno de los que firmó estos convenios ayer planteaba que con la Ley de Medios estábamos queriendo amordazar a la prensa", señaló en el partido bonaerense de Berazategui, al clausurar un Encuentro Federal de Mujeres Empresarias.

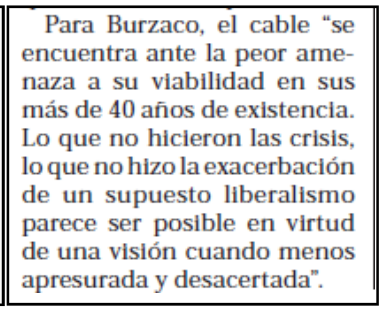
Daniel Vila, accionista de América TV y del Grupo UNO

de Quilmes

Operadores de TV por cable, en contra de la ley de medios

EL CRONISTA Buenos Aires

Representantes de las empresas de cable de todo el país cuestionaron ayer con dureza el proyecto de reforma de la nueva Ley de Radiodifusión al sostener que favorecerá a las empresas telefónicas y destruirá a la industria porque no contempla las asimetrías del mercado y perjudica a las pymes del interior.



Para Burzaco, el cable "se encuentra ante la peor amenaza a su viabilidad en sus más de 40 años de existencia. Lo que no hicieron las crisis, lo que no hizo la exacerbación de un supuesto liberalismo parece ser posible en virtud de una visión cuando menos apresurada y desacertada".

CRÍTICAS DE LA ENTIDAD POR LA LEY DE MEDIOS

La SIP lamentó el "clima polémico y politizado"

EL CRONISTA Buenos Aires

La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) lamentó ayer el "clima polémico y politizado" que se registró en el Congreso y en el debate en torno a la aprobación de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, impulsada por el Gobierno y aprobada el sábado a la madrugada en el Senado de la Nación.

rique Santos Calderón, en un comunicado dedicado a analizar la Ley de Medios.

Calderón, del diario El Tiempo de Colombia, hizo así referencia "a la exclusión de normas que regulen en materia de publicidad oficial, desconociéndose las recomendaciones de la Corte Suprema de Justicia, que en un fallo de septiembre de 2007, estableció que el Gobierno no puede uti-

Fuente: *El Cronista Comercial* (30/4, 4/09 y 13/10/2009).

Ámbito Financiero, por su lado, les dedica un espacio sensiblemente menor a los dichos de las empresas de medios, que aparecen únicamente durante la segunda y tercera etapa del caso. No obstante, reconoce en este portavoz la misma diversidad de integrantes que su par *El Cronista*. A excepción de algunas citas a ARPA —que comparte la postura del resto de las instituciones— y al sector cooperativo, los *speakers* identificados son consonantes entre ambos matutinos. La **Imagen** ilustra este comportamiento. En cambio, hay algunas divergencias en los tópicos alrededor de los cuales se organizan las declaraciones de este sector. Mientras en *El Cronista* sus voces son convocadas fundamentalmente en relación con el 'Impacto de la medida en el mercado de medios' y, muy minoritariamente, en la discusión de aspectos técnicos del proyecto y en la afectación de la libertad de expresión, en *Ámbito* estas se distribuyen entre estos dos últimos y el tratamiento del proyecto en el Congreso.

Imagen 4.10. Aparición del *speaker* 'Empresas u organizaciones de empresas de medios de comunicación' en *Ámbito Financiero*.

Empresas ya denuncian violación a la libertad de prensa y piden tiempo

➤ Aparecieron ayer las críticas a la nueva ley de medios en el segundo día de audiencias públicas para debatir el proyecto. Pero no llegaron desde los bloques de la oposición: la UCR, el macrismo y el peronismo disidente aún no consiguen unificar una postura en contra del proyecto oficial por lo que demoraron la presentación conjunta que preparan desde hace 48 horas, lo que debilita su posición. Los cuestionamientos se escucharon ayer en la audiencia pública en los discursos de representantes de medios como la Asociación de Entidades Periodísticas, la Asociación de Radiodifusoras Privadas o la organización Poder Ciudadano.

Cables y asociaciones de TV sumaron rechazo

➤ El plenario de comisiones que analiza en el Senado el proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual enviado por el Poder Ejecutivo al Congreso sumó ayer el rechazo de representantes de asociaciones que agrupan a cooperativas y a radiodifusoras privadas. Tanto que advirtieron que varias señales de cable pueden llegar a desaparecer en las

tas Guillermo Jenefes, Nicolás Fernández y Fabián Ríos, junto al radical Arturo Vera.

El proyecto empezó a ser analizado a las 10.25 en las comisiones de Sistemas y Medios de Comunicación; Asuntos Constitucionales; Presupuesto y Hacienda e Industria y Comercio, en lo que constituye la quinta jornada de audiencias públicas. Daniel Celentano, represen-

Miguel Lange, directivo de la Confederación Cooperativa de la República Argentina (Cooperar).

Cooperar marcó su apoyo a la ley por considerarla «superadora» y generadora de una «posibilidad para las cooperativas para que brinden servicio de televisión».

«Si bien esta ley es perfectible en el futuro, nosotros pedimos que la voten

Fuente: *Ámbito Financiero* (10/09 y 1/10/2009).

La visibilidad de las declaraciones del portavoz 'Asociaciones, movimientos u organizaciones sin fines de lucro', tiene un comportamiento homogéneo en ambos

periódicos analizados: en términos globales, su frecuencia de aparición es baja en relación con el resto (6,2% en *Ámbito* y 5,8% en *El Cronista*), se concentra en la segunda y en la tercera fase de evolución del caso y se asocia fundamentalmente a los debates acerca de los rasgos del proyecto de ley de LSCA, a la 'Entrada de nuevos actores al sistema' y a las 'Manifestaciones en el espacio público'. Mientras en el primer caso su voz es convocada junto con un número amplio de *speakers* y su participación en el debate parece ser de similares proporciones a la de la Presidenta, por ejemplo, en los otros dos tópicos se constituyen en las fuentes citadas con mayor frecuencia.

No obstante, las voces que conforman este *speaker* presentan diferencias: en *El Cronista Comercial*, prevalecen las voces de las ONGs críticas hacia la LSCA, como es el caso de Poder Ciudadano[318]. En cambio, en *Ámbito Financiero*, predominan las organizaciones del campo de la comunicación que se manifestaron a favor de la iniciativa:

> "La nueva ley de medios pone en riesgo la calidad de la democracia". Delia Ferreira Rubio, presidenta de Poder Ciudadano, analiza el proyecto oficial. Describe cuáles fueron los últimos embates contra la calidad institucional y por qué le preocupa tanto la concentración de poder en el Ejecutivo[319].
>
> …miembros de organizaciones no gubernamentales y simpatizantes kirchneristas recordaron que el tema ya ha sido debatido en distintos foros organizados en el interior del país. Lo hicieron a gritos y con pancartas en las puertas del Centro de Congresos y Exposiciones que "hace cinco años que venimos reclamando por esta ley y ahora [los representantes de la oposición política] se dan por enterados".[320]

La palabra de quienes son citados en su calidad de 'especialistas' es baja en términos absolutos (4,6%) y se condensa centralmente en la primera etapa; sobre todo, alrededor de los rasgos técnicos del proyecto de ley. En este sentido, fue *El Cronista* el diario que recurrió a esta fuente con mayor frecuencia. En *Ámbito Financiero*, la aparición de 'especialistas' como fuente fue prácticamente insignificante.

c. La valoración de las fuentes citadas no aporta datos determinantes para conocer si estas obtuvieron crédito en la cobertura de la LSCA.

La tercera condición que se mencionó aquí como necesaria para que una fuente obtenga crédito en una nota consiste en que no se emitan en ella valoraciones negativas sobre el discurso que utiliza para expresarse sobre un tema. El primer aspecto que conviene relevar es, entonces, cómo son valorados los *speakers* en las notas. En este sentido, se observa que en la gran mayoría de los casos (91%) no se emite un juicio definido o explícito acerca de la palabra de las fuentes, tanto de la principal como de la secundaria. Es más: la proporción asciende al 91,6% para las fuentes oficiales. De modo que, a juzgar por el comportamiento de esta variable, prácticamente a ninguna de las fuentes se las desacreditaría en las notas en las cuales su palabra es convocada. Es por ello que la valoración de las fuentes no puede ser considerada un indicador relevante para

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

comparar el grado de *standing* obtenido por las diferentes fuentes en la cobertura de la LSCA: en parte, ello se explica por el tipo de relación simbiótica que se establece entre periodistas y fuentes —especialmente las oficiales— en su labor cotidiana, tal como lo ha señalado Sigal (1973), ya a principios de los setenta. Así, la información provista por los *speakers* habilita a los periodistas a llenar el "hueco noticioso" de modo constante (Bennett, 1990), razón por la cual los periodistas se ven impelidos a "cuidar", de algún modo, esa relación. Este argumento es coherente, además, con lo expresado por algunos de los entrevistados, según se mencionó en el **Capítulo 3**.

Ahora bien, del hecho lógico de que no se desvalorice explícitamente a las fuentes no se desprende que se le otorgue crédito a sus opiniones, sin más. A fin de conocer con mayor profundidad el tratamiento que se hace de los *speakers*, es preciso indagar la relación que se establece en las notas entre la 'evaluación moral' que las fuentes hacen de la LSCA y la sostenida por los autores de las notas, sean estos periodistas, editores o columnistas externos. Con ese fin, se agrupan los *speakers* en cuatro grandes conjuntos, en función de la importancia que han adquirido a lo largo del período: 'ámbito gubernamental' —promotor del proyecto de ley—, 'oposición en el Congreso', 'sector empresario' y 'sociedad civil'.

d. La 'evaluación moral' de la LSCA que los speakers del 'ámbito gubernamental' en las notas no es reforzada ni contradicha por los periódicos, pero presenta una baja frecuencia de aparición.

La 'evaluación moral' (Entman, 1993, 2003) es una de las funciones del proceso de encuadre mediante la cual se evalúan las implicancias del asunto problematizado. En este trabajo, las variables que integran este *frame element* se organizan en función de la valoración de la LSCA y de los valores que integran el concepto de 'Interés Público': se rastrean en las declaraciones de las fuentes y en los argumentos generales de las notas la consideración de algunos valores propios del 'bienestar político', del 'bienestar sociocultural' y del 'bienestar económico' en relación con la LSCA.

Los *speakers* pertenecientes al 'ámbito gubernamental' son citados en cuatro de cada diez notas sobre la LSCA. Como se mencionó, los portavoces que integran este sector son los más relevantes en la cobertura. Esta importancia se evidencia, asimismo, en el grado de protagonismo que ejercen sobre los acontecimientos relatados. Por caso, en el 75% de las notas en las cuales los *speakers* están ligados al Gobierno, este también es señalado como el actor principal. Es decir que se constituye tanto en voz como en protagonista de la acción.

Del análisis de los datos recolectados durante la instancia de codificación, surge que este grupo de *speakers* emite en los textos valoraciones positivas sobre la propuesta en más de la mitad de los casos[321]. En línea con ello, cada vez que se expresan en relación con algunos de los valores del interés público, tienden a hacerlo en favor de una

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

concepción colectiva de la libertad de expresión, una mirada abierta de la diversidad y una perspectiva competitiva del mercado de medios:

> Cristina se refirió al proyecto como un 'instrumento jurídico que posibilitará el acceso a los bienes de carácter social que hoy son monopolizados' (…) según las palabras del titular del Comfer y autor del mismo, Gabriel Mariotto, la concentración monopólica 'que existe en la Argentina y que no resiste ninguna ley en el mundo'[322] .

De los tres valores, los primeros dos suelen aparecer juntos, mientras que el último se manifiesta por separado, aunque con mayor frecuencia: en una de cada tres notas en las que se convoca la palabra de este grupo de *speakers*, la misma se expresa en ese sentido.

Si se analizan conjuntamente la 'evaluación moral' que hacen estos *speakers* y la expresada de modo preponderante en las notas, se observa que en la mayor parte de los casos (85%) la valoración positiva que los primeros hacen de la LSCA se combina con una valoración indefinida por parte del autor de la pieza periodística. En un 15% de las unidades, sin embargo, se contradice explícitamente la valoración que los portavoces del ámbito gubernamental hacen de la iniciativa regulatoria.

Respecto de los valores del 'interés público', el primer dato que debe mencionarse es su baja frecuencia de aparición en términos globales, dado que los autores de las notas hacen referencia a alguno de ellos solo en un 20% de los casos, aproximadamente. Mientras tanto, los *speakers* se expresan sobre ellos en un 30% de las notas en promedio[323]. Este portavoz se define claramente por la libertad de expresión en términos colectivos, la diversidad abierta y la constitución de mercados competitivos.

Independientemente de la frecuencia de aparición de los valores en términos absolutos, la **Tabla 4.7** da cuenta de los modos en que estos se combinan con los expresados por el autor de la nota cuando las fuentes pertenecen al ámbito gubernamental. El primer dato relevante a señalar es la alta frecuencia de artículos periodísticos en los cuales las fuentes se expresan a favor de alguna de las categorías de los valores, pero el autor no hace mención al respecto.

Tabla 4.7. Relación entre la evaluación moral de los *speakers* del 'ámbito gubernamental' y la evaluación moral de las notas en la cobertura de la LSCA entre 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*[324].

	Libertad de expresión					
		No se menciona	Individual	Colectiva	Individual y colectiva	Total
Libertad de expresión	No se menciona	(*)	57,1%	-	42,9%	**100%**
	Individual	-	100%	-	-	**100%**
	Colectiva	66,7%	25%	8,3%	-	**100%**
	Total	**40%**	**40%**	**5%**	**15%**	**100%**
	Diversidad					

		No se menciona	Reflectiva	Abierta	Reflectiva y abierta	Total
Diversidad	No se menciona	(*)	62,5%	37,5%	-	**100%**
	Reflectiva	-	100%	-	-	**100%**
	Abierta	83,3%	-	16,7%	-	**100%**
	Reflectiva y abierta	-	-	-	-	**100%**
	Total	**55,6%**	**14,8%**	**29,6%**	**-**	**100%**
Sustentabilidad						
Sustentabilidad		No se menciona	Economías de escala	Mercado competitivo	Economías de escala y mercado competitivo	Total
	No se menciona	(*)	26,7%	60%	13,3%	**100%**
	Economías de escala	33,3%	33,3%	-	33,3%	**100%**
	Mercado competitivo	54,5%	6,1%	27,3%	12,1%	**100%**
	Economías de escala y mercado competitivo	50%	-	-	50%	**100%**
	Total	**38,2%**	**12,7%**	**32,7%**	**16,4%**	**100%**

(*) Valor desestimado en el cómputo. **Fuente**: elaboración propia.

Si se analiza el comportamiento de las dimensiones de la 'libertad de expresión' y la 'diversidad' se advierte un dato singular: lejos de contradecir a los *speakers*, las notas tienden a adherir a su postura cuando esta va en sentido inverso a lo propuesto por el proyecto de ley y a no hacer mención a los valores cuando estos van en línea con lo sostenido por dicha iniciativa. En cambio, para el caso del 'bienestar económico', se observa un mayor nivel de heterogeneidad, tanto en la postura expresada por los *speakers* como en la que predomina en los autores de las notas. Si bien no se evidencia que los valores sostenidos por unos y otros sean opuestos, puede afirmarse que, por lo general, estos no coinciden en una misma nota.

e. *La 'evaluación moral' que la oposición política en el Congreso hace de la LSCA no es contradicha en las notas: por lo general, estas últimas no se expresan en relación con los valores; si lo hacen, refuerzan los argumentos sostenidos por este tipo de fuentes.*

Los diputados y senadores que integran la oposición política en el Congreso de la Nación son convocados como *speakers* en tres de cada diez notas que identifican sus fuentes de información. En poco menos de la mitad de esos casos (45%), estos son también actores principales del acontecimiento relatado. Los siguen en importancia los actores pertenecientes al ámbito gubernamental (39,3%). Este dato sugiere que la oposición es presentada como antagonista oficial de la voz expresada por el núcleo gubernamental.

Las valoraciones que emiten sobre el proyecto de ley de SCA se distribuyen equitativamente entre las negativas (43,8%) y las no definidas o ambiguas (43,8%)[325]. En cuanto a los valores del 'interés público', la frecuencia de aparición es aún menor que para los actores del ámbito gubernamental en términos globales, pues las notas hacen referencia a alguno de ellos solo en un 15% de los casos en promedio. Mientras tanto, los *speakers* se expresan sobre ellos en un 17% de las notas en promedio[326].

En este sentido, en los argumentos sostenidos por la oposición política predominan posturas contradictorias respecto de los valores defendidos por el texto del proyecto: mientras prevalece una concepción 'individual' de la libertad de expresión, plasmada en una defensa a la libertad de prensa ("Silvana Giudici - UCR: 'No puede legislarse en contra del derecho básico de la libertad de expresión. El periodismo es un contrapoder […], por lo que se necesita lograr un equilibrio con el resto de los poderes'), la diversidad es caracterizada como 'abierta' y predomina una perspectiva 'competitiva' del mercado de medios. No obstante, estos últimos dos valores presentan una frecuencia de aparición sensiblemente menor que el primero.

En aquellos artículos en que la oposición política aparece como *speaker*, la valoración de la LSCA que emite el autor de la nota es, por lo general, ambigua o no definida, independientemente de la postura que expresen las fuentes. No obstante, en todos los casos en los cuales la valoración preponderante en la nota se define en algún sentido, lo hace en términos negativos (12,4%) y no se contradice a los *speakers* en ningún caso.

La **Tabla 4.8** pone de manifiesto cómo se combinan los valores del 'interés público' sostenidos por la oposición política con los enunciados por el autor de la nota, más allá de la frecuencia con la cual este *speaker* expresa una postura definida al respecto en términos absolutos. Allí se observa, una vez más, que las fuentes de la oposición no son contradichas prácticamente en ningún caso. Los periodistas tienden, más bien, a no expresarse en relación con los valores o a reforzar los argumentos sostenidos por las fuentes. Esto último sucede, especialmente, cuando las fuentes se expresan en sentido contrario a lo sostenido en el texto de la LSCA.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla 4.8. Relación entre la evaluación moral de los *speakers* de la oposición política en el Congreso y la evaluación moral de las notas en la cobertura de la LSCA entre 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*[327].

Speaker - Oposición en el Congreso							
	Libertad de expresión						
	Libertad de expresión		No se menciona	Individual	Colectiva	Individual y colectiva	Total
		No se menciona	(*)	-	-	100%	**100%**
		Individual	76,9%	15,4%	8%	-	**100%**
		Colectiva	60%	-	40%	-	**100%**
		Total	**68,4%**	**10,5%**	**15,8%**	**5,3%**	**100%**
	Diversidad						
	Diversidad		No se menciona	Reflectiva	Abierta	Reflectiva y abierta	Total
		No se menciona	(*)	-	-	-	**100%**
		Reflectiva	100%	-	-	-	**100%**
		Abierta	25%	-	75%	-	**100%**
		Reflectiva y abierta	-	-	-	-	-
		Total	**33,3%**	-	**66,7%**	-	**100%**
	Sustentabilidad						
	Sustentabilidad		No se menciona	Economías de escala	Mercado competitivo	Economías de escala y mercado competitivo	Total
		No se menciona	(*)	-	75%	25%	**100%**
		Economías de escala	100%	-	-	-	**100%**
		Mercado competitivo	42,9%	-	57,1%	-	**100%**
		Economías de escala y mercado competitivo	-	-	-	-	-
		Total	**46,7%**	-	**46,7%**	**6,7%**	**100%**

(*) Valor desestimado en el cómputo. **Fuente**: elaboración propia.

f. Las notas en las cuales las fuentes del 'sector empresario' evalúan moralmente la LSCA no presentan, por lo general, ningún argumento del periodista o columnista en ese sentido.

El sector empresario está conformado por las 'empresas u organizaciones de empresas de medios de comunicación' y por las 'empresas o entidades del sector de las telecomunicaciones'. Ambos suman el 10,8% de las citas sobre el caso estudiado. Si bien la postura de estos *speakers* respecto del proyecto de ley de SCA presenta diferencias, se los agrupa aquí en función de la baja frecuencia de aparición que registran por separado y con la intención de confrontar las citas adjudicadas al sector en las notas con los argumentos generales sostenidos por los autores de las mismas.

En línea con la tendencia observada para los otros *speakers*, el 65% de los casos en los cuales la fuente principal proviene del sector empresario, este es, asimismo, el actor

protagonista de la nota. Lo siguen en importancia los actores pertenecientes al ámbito gubernamental (26,5%).

La 'evaluación moral' tal como se la ha conceptualizado en este trabajo incluye la valoración de la LSCA y la evaluación de los tres valores del interés público —'libertad de expresión', 'diversidad' y 'sustentabilidad del sistema de medios'— que predominan en las notas, así como las que sostienen los dos *speakers* más importantes. Del procesamiento de los datos recogidos surge que en la valoración emitida por las empresas y entidades de la comunicación respecto del proyecto de ley de SCA, prevalecen los juicios negativos (60%) y, en segundo lugar, los de carácter no definido o ambiguo (29,4%)[328].

En cuanto a los valores que integran la noción de 'interés público', su frecuencia de aparición es mayor en las declaraciones de este sector que en las pertenecientes al ámbito gubernamental y a la oposición política en el Congreso[329]. Asimismo, prevalece una postura fuertemente opuesta a la sostenida en el texto del proyecto regulatorio: primero, la libertad de expresión aparece comprendida en un sentido individual, que se manifiesta en la crítica al proyecto de ley de SCA por perjudicar el ejercicio de la libertad de prensa: "Adepa advirtió que el proyecto de radiodifusión del Gobierno puede 'cercenar' la libertad de prensa"[330]"; "Carlos Molina, de ARPA, se quejó también: 'esta ley restringe la libertad de expresión, pone limitaciones a los cambios de la programación, en los artículos 53° y 42°.'"[331]

En segundo lugar, en las declaraciones de estos *speakers* predomina la noción de diversidad en su dimensión reflectiva. El argumento, sin embargo, no aparece formulado de modo explícito, pues existe consenso en torno a la idea de que un instrumento normativo que regule el funcionamiento de los medios audiovisuales debe fomentar la diversidad de voces, opiniones y expresiones culturales, en un sentido amplio. En cambio, las críticas se orientan a señalar que, tras esa premisa, se oculta la intención gubernamental de ampliar el acceso no en función de las necesidades de la ciudadanía sino, únicamente, para sectores políticamente afines al oficialismo:

> [El empresario Daniel Vila] subrayó el "despojo que le harán a la sociedad en su conjunto de derechos inalienables como son el de acceder a la información real, y no a la que el Estado desea hacer conocer; el derecho a la pluralidad, y no que puedan expresarse solo los sectores afines al gobierno; y en definitiva lo que se pondrá en riesgo es la democracia que con tanto sacrificio los argentinos hemos logrado preservar por más de 25 años ininterrumpidos."[332]

Finalmente, estos *speakers* tienden a defender con mayor frecuencia las 'economías de escala'. El argumento más utilizado que surge de las declaraciones de empresarios de medios sostiene que la aprobación de la LSCA avanzaría sobre los derechos adquiridos de las empresas afectando su seguridad jurídica, lo cual provocaría daños patrimoniales. Las voces de los representantes del sector de las telecomunicaciones comienzan a ser citadas hacia la semana N° 27°[333] en el marco de las 'negociaciones políticas entre las partes

involucradas'. Allí incorporan el argumento tecnológico de la convergencia como objeción a la decisión del Gobierno de retirar del proyecto de ley la posibilidad de que las empresas de telefonía pudieran ofrecer servicios audiovisuales:

> Desde Cicomra, la cámara que nuclea a las empresas de telecomunicaciones —pero donde Telefónica y Telecom tienen un peso histórico—, señalaron que la modificación impide aprovechar una oportunidad para modernizar la actividad. "En todo el mundo y también en la Argentina hay un fenómeno creciente que es el de la convergencia. Debería haber una legislación que permita tener un marco regulatorio adecuado para esa tendencia (…), señaló Norberto Capellán, presidente de la entidad334.

La **Tabla 4.9** cruza los valores del 'interés público' que sostiene el sector empresario con los que afirma el autor de la nota, independientemente de la frecuencia de aparición de dichos valores en términos absolutos.

Tabla 4.9. Relación entre la evaluación moral de los *speakers* del 'sector empresario' y la evaluación moral de las notas en la cobertura de la LSCA entre 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*[335].

Speaker - Sector empresario						
		Libertad de expresión				
Libertad de expresión		No se menciona	Individual	Colectiva	Individual y colectiva	Total
	No se menciona	-	-	-	-	-
	Individual	60%	40%	-	-	**100%**
	Colectiva	100%	-	-	-	**100%**
	Total	**62,5%**	**37,5%**	-	-	**100%**
		Diversidad				
Diversidad		No se menciona	Reflectiva	Abierta	Reflectiva y abierta	Total
	No se menciona	-	-	-	-	-
	Reflectiva	57%	42,9%	-	-	**100%**
	Abierta	100%	-	-	-	**100%**
	Reflectiva y abierta	100%	-	-	-	**100%**
	Total	**76,9%**	**23,1%**	-	-	**100%**
		Sustentabilidad				
Sustentabilidad		No se menciona	Economías de escala	Mercado competitivo	Economías de escala y mercado competitivo	Total
	No se menciona	-	-	100%	-	**100%**
	Economías de escala	40%	40%	13%	7%	**100%**
	Mercado competitivo	33,3%	16,7%	50%	-	**100%**
	Economías de escala y mercado	80%	-	20%	-	**100%**

		competitivo					
		Total	**42,9%**	**25%**	**28,6%**	**3,6%**	**100%**

(*) Valor desestimado en el cómputo. **Fuente**: elaboración propia.

Los datos que surgen de la **Tabla 4.9** dan cuenta de que, de modo similar a lo que sucede cuando el *speaker* pertenece a la oposición política, no se lo contradice prácticamente en ningún caso. Incluso, el autor suele reforzar el valor sostenido por la fuente cuando este va en sentido contrario al proyecto de ley de SCA. Inversamente, la tendencia es a no mencionar valor alguno cuando la declaración del *speaker* va en sintonía con dicho proyecto. Las mayores divergencias se producen en la dimensión económica del 'interés público': se combinan allí las distintas miradas respecto de la sustentabilidad del sistema de medios.

g. *La evaluación moral que las fuentes de la 'sociedad civil' hace de la LSCA presentan un menor grado de correlación con lo expresado por los autores de las notas que las citan.*

El conjunto de *speakers* denominado 'sociedad civil' suma el 19% de las citas y reúne a las 'organizaciones sin fines de lucro', a las fuentes convocadas en su carácter de 'especialistas', a los representantes de 'partidos políticos' y a los 'periodistas o trabajadores de los medios'. Aunque se trata de un sector heterogéneo, se lo considera integradamente en virtud de sus divergencias con los otros *speakers* o grupos de *speakers* —pues se trata de fuentes 'no oficiales' y no provenientes del sector lucrativo—, así como de su baja frecuencia de aparición si se los considera por separado. No obstante, se hará aquí mención a los aspectos en los que difieren las declaraciones de los actores que integran el grupo.

A diferencia de la tendencia observada en los casos anteriores, en la mayor parte de las notas que citan *speakers* que conforman la 'sociedad civil', los protagonistas de la acción son otros actores: generalmente, se trata de *speakers* del 'ámbito gubernamental' (22,3%), pero también adquieren relevancia la oposición en el Congreso (18,5%), el Congreso de la Nación considerado en su conjunto (13%) y el sector empresario (9,3%).

En la 'evaluación moral' que este sector hace del proyecto de ley de SCA, cerca de la mitad de los juicios son negativos (45,5%), mientras que el 29% son positivos. El predominio del juicio negativo se mantiene en los *speakers* que integran el sector considerados por separado, a excepción de las organizaciones sin fines de lucro: entre estas, se invierte la relación y prevalece el juicio positivo hacia el proyecto de ley (47,4% frente a un 31,6% de valoraciones negativas).

Respecto de los valores que integran la noción de 'interés público', se observa un comportamiento diferenciado entre los distintos *speakers*, que hacen que la balanza se incline hacia una u otra dimensión, según queda plasmado en la **Tabla 4.10**. En cuanto a

la libertad de expresión[336], se observa una mayor frecuencia de declaraciones que la comprenden en su sentido individual, expresado en las críticas al proyecto por afectar la libertad de prensa. Ello es así en todos los casos, salvo para las organizaciones sin fines de lucro, para quienes las miradas 'individual' y 'colectiva' están equilibradas.

En cuanto a la noción de diversidad, esta prevalece en su dimensión abierta, que se plasma en la valoración positiva de la entrada de nuevos actores al sistema. Son los miembros de las organizaciones sin fines de lucro quienes resaltan este valor con mayor frecuencia, pues declaran que la ampliación de posibilidades para acceder a licencias de medios audiovisuales constituye un reclamo histórico de ese sector:

> Juan Rappaccioli, de la Asociación de Radios Bonaerenses y del Interior (ARBIA), justificó su respaldo a la ley afirmando que "el apoyo a la ley se da después de un largo debate de 25 años en los que tenemos registrado cada uno de los pasos dados por nuestro sector. No es una cuestión oportunista" (…) También Alejandro Demichelis en nombre de la Unión de Trabajadores de la Educación expresó su apoyo con la convicción de que "la comunicación solo servirá para formar ciudadanos libres y responsables si existen múltiples voces que retraten la historia"[337]

Finalmente, en este grupo de *speakers* la ponderación de las 'economías de escala' y del 'mercado competitivo' son equitativas[338]. Son los 'especialistas' y 'periodistas' quienes se manifiestan con mayor frecuencia en este sentido, en consonancia con la postura del sector empresario:

> …otro especialista que optó por el bajísimo perfil remarcó que la prohibición de que una misma empresa sea titular de un canal de televisión abierta y de una empresa de cable constituye algo inédito en el mundo. Asimismo, remarcó que se obliga a los grupos a vender los canales, señales o radios que excedan los topes que fija el proyecto, estableciendo para ello un plazo exiguo que derivará en que las ventas se hagan a precio de remate[339].

La **Tabla 4.10** sintetiza el cruce de los valores del 'interés público' que expresa el amplio sector de la 'sociedad civil' con los que sostiene el autor de las notas, más allá de la frecuencia de aparición de dichos valores en términos absolutos.

Tabla 4.10. Relación entre la evaluación moral de los *speakers* de la 'sociedad civil' y la evaluación moral de las notas en la cobertura de la LSCA entre 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*[340].

		Libertad de expresión				
Libertad de expresión		No se menciona	Individual	Colectiva	Individual y colectiva	Total
	No se menciona	(*)	60%	40%	-	**100%**
	Individual	53,8%	46,2%	-	-	**100%**
	Colectiva	100%	-	-	-	**100%**
	Total	**56%**	**36%**	**8%**	**-**	**100%**

	Diversidad					
Diversidad		No se menciona	Reflectiva	Abierta	Reflectiva y abierta	Total
	No se menciona	(*)	50%	50%	-	**100%**
	Reflectiva	-	100%	-	-	**100%**
	Abierta	90%	-	10%	-	**100%**
	Reflectiva y abierta	100%	-	-	-	**100%**
	Total	**62,5%**	**18,8%**	**18,8%**	**-**	**100%**
	Sustentabilidad					
Sustentabilidad		No se menciona	Economías de escala	Mercado competitivo	Economías de escala y mercado competitivo	Total
	No se menciona	(*)	40%	40%	20%	**100%**
	Economías de escala	60%	20%	-	20%	**100%**
	Mercado competitivo	80%	-	20%	-	**100%**
	Economías de escala y mercado competitivo	-	-	-	100%	**100%**
	Total	**43,8%**	**18,8%**	**18,8%**	**18,8%**	**100%**

(*) Valor desestimado en el cómputo. **Fuente**: elaboración propia.

Los resultados que arroja la **Tabla 4.10** exhiben una mayor heterogeneidad en el comportamiento de estas variables si se las compara con el resto de los sectores de *speakers*. Se observa, además, otro dato diferencial: hay un alto porcentaje de casos en los cuales la nota define una postura respecto de alguna dimensión del 'interés público', pero no se citan declaraciones de las fuentes al respecto. A la inversa, y con la única excepción de la 'diversidad reflectiva', se advierte también un alto porcentaje de notas en las cuales el *speaker* se expresa a favor de alguno de los valores, a la vez que el autor no se manifiesta en ese sentido. En otras palabras, se observa un menor grado de coincidencia entre la evaluación moral de la LSCA que expresan las citas a este grupo de *speakers* con la sostenida por el autor de la nota.

Algunas conclusiones acerca del *standing* de la cobertura de la LSCA

Se ha afirmado que una fuente obtiene crédito en la cobertura de un tema cuando se le otorga visibilidad, se la cita, no se emiten valoraciones negativas sobre el discurso que utiliza para expresarse sobre determinado tema y, por último, la evaluación moral de la LSCA promovida por dicho actor no es impugnada por el autor de la nota.

La oportunidad de hacer oír la propia voz en los medios de comunicación no es la misma para todos los actores sociales. Los factores que intervienen son múltiples y de

diverso carácter: institucionales, políticos, económicos, sociales y culturales. Se ha adoptado el término *standing*, propuesto por Ferree *et al.* (2002) y se lo ha traducido como “crédito”, pues implica ser reconocido como portavoz legítimo de una determinada postura alrededor de un tema y no solo ser citado en los medios. El terreno mediático es entendido como un campo en disputa, en el cual distintos actores pujan por hacer prevalecer sus intereses políticos, económicos e ideológicos. No obstante, no se trata de un terreno llano ni ordenado sino de un campo sinuoso y dinámico, en cuyo funcionamiento intervienen múltiples variables de diverso calibre.

El segundo objetivo de la Tesis se proponía identificar los niveles de *standing* o crédito adjudicado a los *speakers* o fuentes principales y secundarias. En este sentido, se partió de la hipótesis de que las más relevantes son las provenientes del ‘ámbito gubernamental’ — promotor de la iniciativa—. Sin embargo, su nivel de visibilidad no estaría asociado a una valoración positiva ni a la instalación de la evaluación moral predominante en la LSCA. Esta hipótesis se comprobó parcialmente. Los *speakers* pertenecientes a este sector son los más visibles en términos globales y la valoración que se hace de ellos en las notas es predominantemente indefinida o ambigua. Pero la evaluación moral promovida por la LSCA presenta una baja frecuencia de aparición en las declaraciones de este conjunto de *speakers*. Si bien esta no es reforzada en las notas, tampoco es contradicha de modo categórico. Resulta significativo, no obstante, que en aquellos tópicos relacionados con alguna de las dimensiones del ‘interés público’ que se desprenden de la cobertura —‘Entrada de nuevos actores al sistema’, ‘Impacto de la medida en el mercado de medios’ e ‘Impacto de la medida en el ejercicio del derecho a la libertad de prensa y/o expresión’— prevalezcan las fuentes no oficiales. Más allá de que la frecuencia de aparición de estos tópicos sea baja, son los actores del sector empresario y de la sociedad civil quienes adquieren mayor visibilidad en ese marco.

Con todo, la interpretación de los datos desplegados aquí no permite afirmar que los niveles de *standing* obtenidos por los actores del ‘ámbito gubernamental’ sean elevados, pero tampoco son desacreditados explícitamente; al menos, no en las notas en que se los identifica como fuentes más importantes. En cambio, se observa un mayor grado de correlación entre la evaluación moral de *speakers* con una menor frecuencia de aparición, como la ‘oposición en el Congreso’ y el ‘sector empresario’, y la sostenida en la nota.

Por otra parte, se ha verificado que la evolución temporal del caso y los tópicos principales de las notas son variables cuyos comportamientos influyen en la visibilidad y el citado de las declaraciones de determinados actores. Por caso, durante la primera etapa predominan las fuentes pertenecientes al Gobierno nacional, *speaker* a cargo de desplegar en los diarios los argumentos alrededor de la presentación del proyecto de ley. Luego, durante la segunda y tercera fase, son los portavoces de las distintas fuerzas políticas en el Congreso nacional los que adquieren protagonismo como fuentes más importantes. Además, en la tercera se suma la participación de los gobernadores provinciales,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

presentados como portavoces influyentes en el Senado. Finalmente, en la última etapa, cobran mayor visibilidad los *speakers* de la oposición en el Congreso.

Los encuadres noticiosos de la LSCA

En coherencia con los últimos tres objetivos específicos de la Tesis, esta instancia del trabajo empírico busca conformar los encuadres noticiosos predominantes en el tratamiento de la LSCA por parte de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, analizar su evolución y conocer los modos de presentar a los actores centrales de la cobertura. Para ello, se examinan los contenidos de la misma mediante una doble estrategia: en primer término, se indagan los modos en que convergen las variables en los textos para dar lugar a los *frames* propios del caso.

Una vez identificados, se analiza su comportamiento a lo largo del período estudiado y en cada periódico. En este sentido, se aborda también parte del sexto objetivo específico, en tanto se identifican similitudes y divergencias en el comportamiento de los *frames* y en el tratamiento de los actores en la cobertura de los diarios estudiados.

La elaboración del libro de códigos llevada a cabo en esta investigación para la recolección de los datos partió de la conceptualización de encuadre formulada por Entman (1993) y tomó como antecedentes los trabajos de David *et al.* (2011), Matthes & Kohring (2008) y, fundamentalmente, el de Koziner (2015a). La definición de Entman (1993), de carácter operacional, identifica distintos elementos de encuadre (*frame elements*) cuyas variables fueron rastreadas en los textos de las noticias. Así, se parte de la asunción de que estos elementos tienden a agruparse sistemáticamente, configurando ciertos patrones repetitivos de tratamiento del caso. Cuando estos patrones están presentes en una serie de noticias, pueden ser interpretados como *frames*. Por esa razón, se ha dicho que un *frame* es igual a la suma de sus partes; concretamente, a la suma de sus *frame elements* (Matthes & Kohring, 2008).

Ahora bien, los datos recolectados en la instancia de la codificación requieren de un cuidadoso procesamiento. Para llevarlo a cabo, se utiliza, en primera instancia, el análisis de *clusters* o conglomerados. Se trata de un "método estadístico multivariante de clasificación automática de datos" (Pérez, 2004, p. 417). A partir de una tabla de casos-variables, se busca situar cada uno de los casos —unidades de análisis— en grupos, conglomerados o *clusters*, lo más homogéneos posible. El análisis funciona, así, como un mecanismo de clasificación que detecta y describe, mediante algoritmos matemáticos, grupos de características similares dentro de un universo aparentemente heterogéneo de casos (Vilà-Baños *et al.*, 2014).

La ventaja de este modelo de procesamiento consiste en que puede realizarse sin contar con conocimientos previos acerca de los grupos que se formarán e, incluso, sin la necesidad de saber el número de conglomerados que se buscará. Por este motivo, suele

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

definírselos como “modelos de aprendizaje no supervisado”, por cuanto no existen estándares externos que permitan evaluar el rendimiento de la clasificación que proporcionan: “No hay respuestas correctas o incorrectas para estos modelos. Su valor viene determinado por su capacidad de capturar agrupaciones interesantes en los datos y proporcionar descripciones útiles de dichas agrupaciones” (IBM, 2012, s/d).

El agrupamiento de las categorías codificadas en *clusters* es realizado con el programa estadístico IBM SPSS Statistics[341]. De los distintos métodos de clasificación en conglomerados[342], se opta por el bietápico. A diferencia del jerárquico, utilizado en estudios previos —como en el de Matthes & Kohring (2008)—, este tiene la ventaja de estimar automáticamente el número óptimo de conglomerados para los datos ingresados. Por otra parte, permite recurrir a dos criterios para optimizar los resultados: el bayesiano de Schwartz (BIC) y el de la información Akaike (AIC). Con el objetivo de evaluar el grado de robustez de la clasificación obtenida se ha utilizado el método bietápico con ambos criterios, ya que los resultados de un análisis de *cluster* pueden variar, algunas veces considerablemente, en función de cuál sea el criterio aplicado (Gantman, 2009). Se comprueba que, en este caso, ambos criterios convergen en similares resultados, con una fiabilidad de *(α)* 1 y *(κ)* 1.

Los datos incluidos para su categorización en conglomerados son los correspondientes a las variables más importantes que integran los *frame elements*, definidos en el libro de códigos. Estas son: ‘arena’, ‘tópico’, ‘tema’, ‘*speaker* principal’, ‘*speaker* secundario’, ‘actor principal’, ‘actor secundario’, ‘atribución causal’, ‘valoración de la LSCA’, ‘libertad de expresión’, ‘diversidad’, ‘sustentabilidad del sistema de medios’ y ‘solución propuesta’.

Los resultados arrojaron una solución óptima de tres conglomerados; es decir, tres *frames*. A partir de una detenida interpretación de las categorías destacadas de cada uno de los conjuntos, se ha decidido denominar al primero ‘Disputa político-institucional’, al segundo, ‘Interés público sociocultural’ y al último, ‘Interés público económico-empresarial’. Los tres son definidos en detalle en la próxima sección.

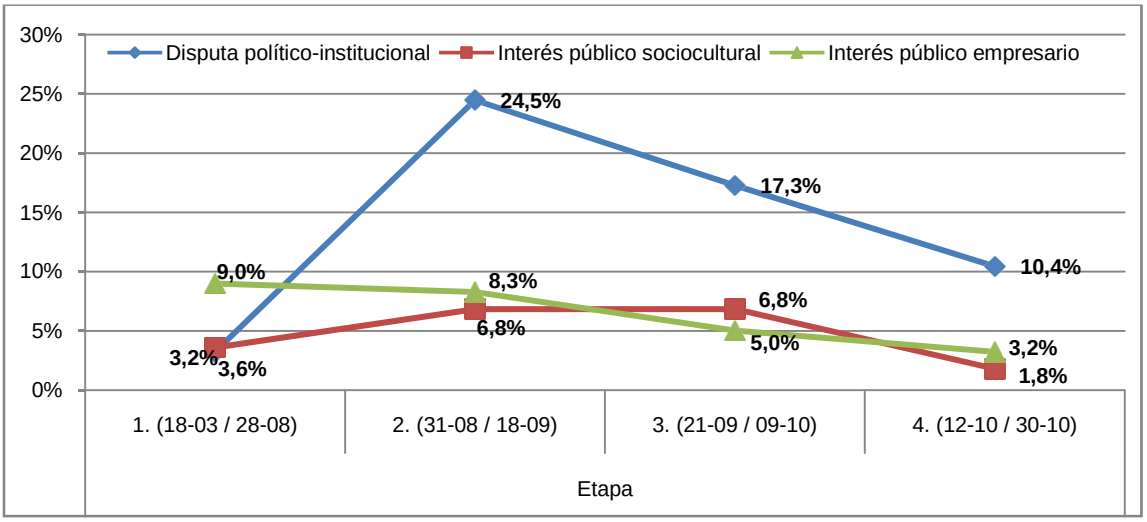
En términos resumidos, el primer *frame* remite centralmente a la disputa política desplegada en la arena legislativa entre las fuerzas del oficialismo y de la oposición. Se caracteriza por un alto grado de controversia y dramatismo alrededor de los debates parlamentarios sobre el proyecto de ley de SCA. El segundo encuadre sintetiza el enfoque que subordina el bienestar económico al político y al sociocultural. Es el que exhibe un mayor grado de parentesco con los argumentos propios de la LSCA, aunque no coincide con esta plenamente, como se verá. A la inversa, el último *frame* tiende a privilegiar los criterios económicos por sobre los políticos y socioculturales y expresa una postura coherente, en términos globales, con los sectores empresarios que polemizan con el Gobierno nacional y se oponen a la LSCA.

La evolución temporal de los encuadres hallados es representada en el **Gráfico 4.11**.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

De allí se desprende que los tres están presentes durante todo el período estudiado, aunque el comportamiento de cada uno de ellos varía de modo particular. Una mayor proporción de notas es encuadrada como una 'Disputa político-institucional' (55,4%), especialmente, durante las etapas de debate legislativo. La frecuencia de aparición de este *frame* fluctúa de modo concomitante con la frecuencia general del caso. En tanto, el denominado 'Interés público económico-empresarial' (25,5%) presenta una menor frecuencia global, que decrece conforme avanzan las semanas. Por su parte, el encuadre 'Interés público sociocultural' (19,1%), es el de menor nivel de aparición en términos generales, aunque se mantiene estable durante las dos etapas de mayor relevancia del caso.

Gráfico 4.11. Evolución temporal de los *frames* según etapas del período (1 de marzo – 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*



Fuente: elaboración propia.

Como se verá en los próximos apartados, el primer *frame* tiene un carácter más general, por cuanto sus componentes no pertenecen específicamente al asunto analizado. Estos aluden al tratamiento legislativo del proyecto de ley de SCA, más allá de su contenido y de los intereses en juego. En este sentido, se considera que su presencia podría rastrearse en las coberturas de los debates de diversas iniciativas de relevancia en las cámaras del Congreso.

Los *frames* 'Interés público sociocultural' e 'Interés público económico-empresarial', en cambio, abordan aspectos específicos del caso bajo estudio en esta investigación. Aunque la frecuencia de aparición de estos encuadres es menor que en el primero, ambos están presentes a lo largo de las cuatro etapas señaladas y ponen en discusión, con cierto grado de detalle, distintos elementos propios del debate alrededor de la LSCA.

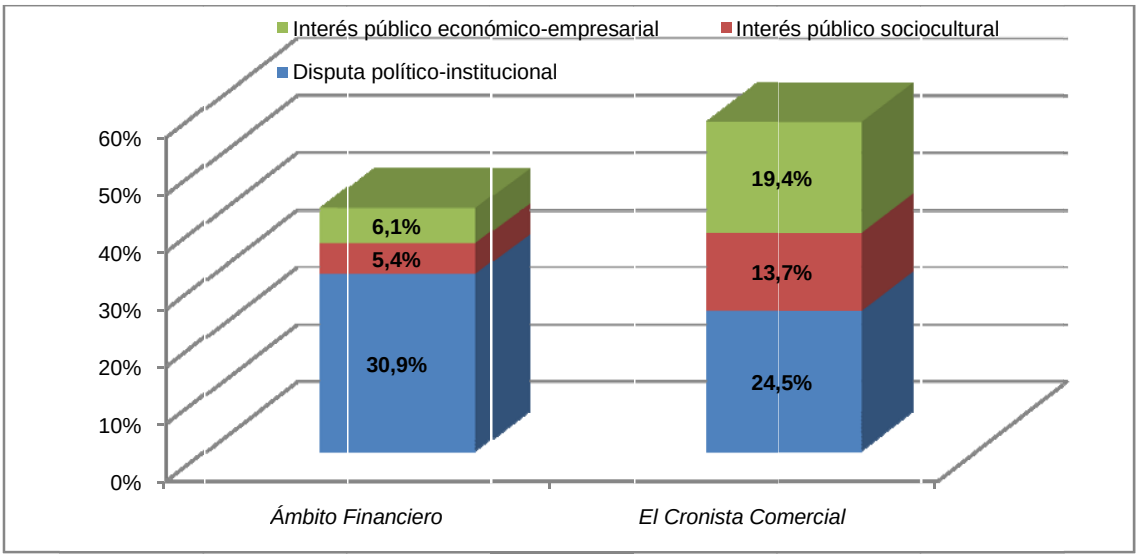
Cabe aclarar que estos *frames* comparten varios de sus componentes. No podría ser de otro modo, en vistas de la complejidad que caracteriza al proceso de *framing*. Como

parte de su funcionamiento, este propone “claves discursivas” complejas que, insertas de diversas maneras en los textos, colaboran en la comprensión de las dinámicas políticas (D’Angelo, 2002). Ciertamente, determinados componentes de estas claves pueden convivir —de hecho, lo hacen— en un mismo texto noticioso. Por caso, el tópico ‘rasgos del proyecto / de la LSCA’ está presente de modo relativamente homogéneo en los tres encuadres que definen el caso. Por otra parte, la clasificación de las unidades de análisis según el encuadre predominante en cada una no quiere decir que en un mismo texto no puedan convivir elementos de distintos *frames*, algunos de ellos —incluso— en pugna.

El componente de controversia atraviesa todo el proceso de debate de la LSCA y está presente en los tres *frames* que caracterizan su tratamiento. No obstante, en el primer caso se advierte un predominio del marco institucional como ámbito privilegiado de la disputa. En los otros dos, la puja gira alrededor de las características de la LSCA en tanto medida de política pública y es evaluada en términos de los tipos de valores que promueve, con efectos en la dimensión socio-cultural y en la económico-empresarial.

El **Gráfico 4.12** clasifica las notas que conforman el universo de análisis según el encuadre que prevalece en cada una y el periódico en que aparece publicada. Los datos que arroja son elocuentes, pues ponen en evidencia las divergencias en el tipo de tratamiento que los diarios hicieron de la LSCA: en *Ámbito Financiero*, siete de cada diez notas son encuadradas como una ‘disputa político-institucional’, reservando un espacio sensiblemente menor a los que aquí se proponen como encuadres específicos de la LSCA. En tanto, *El Cronista Comercial* no solo ofrece una cobertura globalmente más abundante sino también más heterogénea respecto de los modos de encuadrar el debate por la LSCA.

Gráfico 4.12. Presencia de los *frames* ‘Disputa político-institucional’, ‘Interés público sociocultural’ e ‘Interés público empresario’ (1 de marzo – 31de octubre de 2009). *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.



Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, más allá de la frecuencia de aparición de estos *frames*, ¿cuáles son las diferencias que presentan las notas según su encuadre predominante en el comportamiento de los otros dispositivos de relevancia? En este punto, del análisis de los datos se desprenden algunos rasgos compartidos por ambos periódicos y otros específicos de cada uno.

En términos globales, el *frame* 'disputa político-institucional' predomina en las noticias, mientras el 'interés público sociocultural' aparece con mayor frecuencia en recuadros y —en menor medida— en artículos del género argumentativo, como entrevistas o notas de opinión. El 'interés público empresario', por su parte, presenta algunas diferencias: mientras en *Ámbito Financiero* se expresa con mayor frecuencia en los artículos informativos, en *El Cronista Comercial* se distribuye equitativamente entre las notas de género informativo y las argumentativas. Entre estas últimas, se destacan las columnas de colaboradores externos.

Respecto de las notas que aparecen en portada, es de destacar que en *Ámbito* casi el 90% de ellas están encuadradas como 'disputa político-institucional'. En cambio, en *El Cronista* este encuadre predomina en la mitad de las notas de tapa. Del 50% restante, tres cuartas partes aparecen encuadradas como 'interés público empresario' en 'títulos secundarios' y 'destacados subordinados'. El 25% de notas de tapa en las que prevalece el 'interés público sociocultural', aparece mayormente como recuadro.

Un último dato significativo alude al tamaño de las notas, cuyo comportamiento es coincidente en ambos periódicos: los artículos en los cuales predominan los encuadres 'disputa político-institucional' e 'interés público empresario' suelen ser más extensos que aquellos encuadrados como 'interés público sociocultural', por lo general menores a media página.

Una interpretación del conjunto de rasgos identificados en el comportamiento de los tres encuadres sugiere que la 'disputa político-institucional', de mayor relevancia en los dos periódicos, se caracteriza por predominar en notas de abordaje episódico. Este tipo de aproximación, más centrada en eventos concretos originados en el desarrollo del debate legislativo, posee, por lo general, un alto grado de controversia y dramatismo (Aruguete, 2011b). En efecto, suelen relatar hechos que obtienen valor noticioso por su espectacularidad en el marco del desarrollo del asunto 'LSCA' y se consagran, por eso, como acontecimientos relevantes a los cuales se les asigna un espacio prominente en el periódico. En esta línea, Iyengar & Simon (1993) afirman que "los reportes episódicos son buenas fotografías" (p. 369).

Los otros dos encuadres, por su parte, parecen relacionarse con abordajes de tipo temático, caracterizados por evaluaciones más estructurales que sitúan los hechos en un contexto más amplio y trazan relaciones entre distintos aspectos de un *issue*. En este sentido puede interpretarse la baja frecuencia de aparición de estos encuadres, especialmente del 'interés público sociocultural' y su menor grado de susceptibilidad a los

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

picos de frecuencia de cobertura.

Si se atiende exclusivamente a las piezas del género argumentativo —entrevistas, editoriales, notas de opinión y columnas—, se observan diferencias significativas entre los diarios. En *Ámbito Financiero*, prevalece el 'interés público empresario' solo en un cuarto de las notas argumentativas, mientras el 75% restante se divide en partes iguales entre los otros dos encuadres. En *El Cronista Comercial*, en cambio, aquel *frame* predomina en más de la mitad (55,9%) de las notas del género. El 'interés público sociocultural' prevalece en el 23,5% de los casos y en el 20,6% restante, la 'disputa político-institucional' es el encuadre más importante. Este punto resulta interesante porque marca una diferencia respecto de la tendencia global del comportamiento de los encuadres.

A continuación, se grafican y analizan los códigos más relevantes que conforman los paquetes de encuadre (Van Gorp, 2007) según su frecuencia de aparición[343] y se descartan aquellos que resultan atípicos. Esto es así porque, como sostienen Matthes & Kohring (2008), "la exclusión de categorías infrecuentes no es una amenaza para el algoritmo de los *clusters*, pues ellas no contribuyen a la formación de conglomerados" (p. 275). La descripción de estos ítems se lleva a cabo con la pretensión de recomponer argumentos generales y coherentes de encuadre de la información acerca de la LSCA.

Encuadre 'Disputa político-institucional'

Listos para la gran pelea, que es más sobre poder que sobre medios, se enfrentaron ayer en el plenario de comisiones de Diputados la radical Silvana Giudice; el bastonero del proyecto oficial de la nueva ley de medios audiovisuales, Gabriel Mariotto, y el macrista Federico Pinedo.

Fuente: *Ámbito Financiero*, 4 de septiembre de 2009.

El primer conglomerado de variables agrupa 194 casos del universo (55,4%). Poco más de la mitad de las unidades (55,8%) aparece publicado en *Ámbito Financiero*, mientras el 44,2% restante pertenece a *El Cronista Comercial*. El encuadre refiere fundamentalmente a las disputas y negociaciones que se producen entre las distintas fuerzas políticas en el seno del Poder Legislativo de la Nación. Precisamente, en ambas cámaras del Congreso, donde se debatió el proyecto de ley. Las categorías más salientes

de cada una de las variables que integran los *frame elements* de este encuadre están sintetizadas en la Tabla **4.11** y se detallan a continuación.

Tabla 4.11. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Disputa político-institucional'.

		Disputa político-institucional
	***Frame elements* y variables**	
		Categorías predominantes
Definición del problema	**Arena**	Legislativa
	Tópico principal	Tratamiento del proyecto de Ley en alguna de las cámaras del Congreso Negociaciones políticas entre las partes involucradas Rasgos del proyecto de ley / de la LSCA
	Tema	Dimensión político-institucional
	Fuente principal	Oposición en el Congreso de la Nación Oficialismo en el Congreso de la Nación Gobierno nacional Partidos políticos Gobiernos locales
	Fuente secundaria	No hay Oposición en el Congreso de la Nación Oficialismo en el Congreso de la Nación Partidos políticos Gobiernos locales
	Actor principal	Oposición en el Congreso de la Nación Oficialismo en el Congreso de la Nación Gobierno nacional Congreso en términos generales Gobiernos locales
	Actor secundario	Oposición en el Congreso de la Nación Gobierno nacional Congreso en términos generales Oficialismo en el Congreso de la Nación
Atribución causal	**Atribución de responsabilidad**	Institucional Política
Evaluación moral	**Valoración LSCA**	No definida o ambigua
	Libertad de expresión	-
	Diversidad	-
	Sustentabilidad del sistema	-

Recomendación de tratamiento	**Solución propuesta**	No se menciona solución Se propone / pronostica la aprobación de la LSCA sin mayores modificaciones Se propone / pronostica la aprobación de la LSCA con modificaciones Se propone / pronostica la postergación del debate hasta la nueva conformación del Congreso (dic. 2009).

Fuente: elaboración propia.

La definición del problema integra una arena donde se desarrolla la acción relatada en las noticias y se producen una serie de intercambios simbólicos (Bélanger, 1995) entre ciertos actores considerados relevantes para discutir los acontecimientos. A la vez, estos acontecimientos se organizan en función de un asunto o *issue* del que tratan y pueden ser englobados en un tema general que los incluye.

En el marco del encuadre 'Disputa político-institucional', la arena o ámbito privilegiado de la acción es la 'legislativa', conformada por las cámaras de Diputados y de Senadores de la Nación. Congruente con ello, la mayoría de los hechos narrados en las notas abordan el 'tratamiento del proyecto de ley de SCA en alguna de las cámaras del Congreso', las 'negociaciones' que se llevan a cabo entre las distintas fuerzas políticas al interior del Poder Legislativo y, en menor medida, los rasgos generales del texto normativo que está en discusión.

Más del 90% de las fuentes principales citadas y un 70% de las secundarias en importancia son de carácter oficial, es decir, pertenecen al ámbito estatal. La misma tendencia se observa respecto de los dos protagonistas de la acción: estos provienen, de modo casi exclusivo, del PEN o del Poder Legislativo. En relación con ello, se observa un dato que aporta al componente de controversia y disputa que caracteriza a este encuadre: tal como se ilustra en la **Tabla 4.12**, la mayor parte de las notas que citan dos fuentes enfrentan *speakers* con posturas opuestas ante la LSCA. Esto ocurre con mayor frecuencia cuando la fuente principal pertenece al oficialismo en el Congreso o al Gobierno nacional y con menor asiduidad cuando se trata de la oposición política. Idéntico comportamiento se evidencia respecto de los actores protagonistas de las noticias.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla 4.12. Fuente principal y fuente secundaria en las notas encuadradas como ‘Disputa político- institucional’. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009. **Fuente**: elaboración propia.

Speaker secundario	Speaker principal					
	Gobierno Nacional	Oficialismo en el Congreso	Oposición en el Congreso	Partidos políticos	Gobierno locales	Total
Gobierno nacional	0,0%	3,4%	10,0%	0,0%	0,0%	4,3%
Oficialismo en el Cogreso	38,5%	17,2%	25,0%	0,0%	**50,0%**	24,6%
Oposición en el Congreso	**53,8%**	**69,0%**	**50,0%**	33,3%	0,0%	55,1%
Partidos políticos	7,7%	3,4%	10,0%	**66,7%**	25,0%	10,1%
Gobiernos locales	0,0%	6,9%	5,0%	0,0%	25,0%	5,8%
Total	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Además de conocer las fuentes y los actores protagonistas, los cuales son coincidentes, interesa indagar el tipo de tratamiento que unos y otros reciben en el marco de este encuadre. La mayor parte de los *speakers* principales (61,8%) y, en menor grado, los secundarios (44,3%) son presentados con atribución mixta (Aruguete, 2011b)[344], es decir, con su nombre y el cargo institucional que ocupan. Mientras tanto, una de cada cinco fuentes principales y tres de cada diez secundarias son mencionadas solo por el nombre completo. La tendencia es similar para todas las clases de fuentes. Ello pone en evidencia que predomina la atribución mixta o individual en los *speakers*: los periodistas recurren a ellos en términos individuales y los refieren, mayormente, anexando su pertenencia institucional, lo cual los dota de legitimidad (Bennett, 2012).

¿Qué ocurre, en cambio, con el tratamiento de los actores? A este factor apunta el segundo *frame element*: la 'atribución causal'. Esta función del encuadre identifica los factores o agentes a los que se les atribuye la responsabilidad por el problema tal como es definido. En sintonía con lo que sostiene Iyengar (1991) la atribución de responsabilidad es entendida como un mecanismo que simplifica cuestiones políticas complejas, señalando causas para los problemas.

Estas pueden ser de carácter individual o colectivo. En este último caso, se diferencia entre institucional —cuando se señala a las instituciones de los distintos poderes del Estado como principales responsables de los hechos relatados—, social —cuando se apunta a la sociedad en su conjunto o a alguna organización de la sociedad civil— y político-partidario —para el caso de los partidos políticos o coaliciones sin hacer referencia a la función pública de sus miembros, en caso de que alguno la desempeñe—.

En la **Tabla 4.13** se vuelcan los datos correspondientes al tipo de atribución causal identificada en las notas de acuerdo con los actores protagonistas. Allí se advierte un claro predominio del factor institucional asociado a todos los actores principales y secundarios (61,1%). Ello permite deducir que el mensaje mediático respecto del tipo de tratamiento de los actores es —en cierto modo— que de las instituciones depende el avance del debate por la ley de LSCA. Más aún, los funcionarios que desempeñaron un papel relevante en este proceso aparecen mencionados en menos oportunidades que las instituciones y se los suele presentar, con mayor frecuencia, asociados a la atribución institucional.

Tabla 4.13. Atribución causal del encuadre 'Disputa político-institucional' según actores principales y secundarios. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009.

	Actor 1				**Actor 2**				
Atribución causal	Gobierno nacional	Oficialismo en el Congreso	Oposición en el Congreso	Congreso en general	Gobierno nacional	Oficialismo en el Congreso	Oposición en el Congreso	Congreso en general	**Total**
No se menciona	-	-	2,4%	-	-	-	-	-	5,5%
Individual	**28,9%**	2,6%	12,2%	-	-	12,1%	21,4%	10,4%	5,6%

Social	2,6%	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	**42,1%**	**82,1%**	**51,2%**	**73,1%**	**66,7%**	**42,4%**	**57,1%**	**70,8%**	**61,1%**
Político	26,3%	15,4%	**34,1%**	26,9%	33,3%	**45,5%**	21,4%	18,8%	**27,8%**
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Fuente: elaboración propia.

El alto grado de institucionalización en el marco de este encuadre se relaciona con lo que Bennett (2012) caracteriza como el "sesgo de trastorno de autoridad" (*authority-disorder bias*), tendencia que —según el autor— puede combinarse con episodios noticiosos personalizados, dramatizados o fragmentados. Esto porque su rasgo central consiste en el alto énfasis de las noticias en las acciones de las autoridades —si toman las riendas o pierden el control, si ganan, pierden o negocian— y en establecer "si la situación en cuestión parece moverse en una dirección más ordenada y tranquilizadora o desordenada y perturbadora" (p. 63).

Desde el punto de vista del sesgo de trastorno de autoridad, no son tan importantes los detalles del debate de la política pública como los aspectos dramáticos y controversiales en los que esta se lleva a cabo. Aunque se reconozca a las instituciones como responsables y causantes de que el sistema siga adelante y cumpla con sus obligaciones democráticas (Bennett, 2012), se hace fuerte hincapié en la pelea y el desacuerdo entre funcionarios respecto de cuáles son las medidas apropiadas para la restauración de la "normalidad" perdida y, en segunda instancia, se destacan las negociaciones políticas de las distintas fuerzas para lograr su cometido. La **Imagen** ofrece algunos ejemplos de este comportamiento.

Imagen 4.11. Atribución institucional y "sesgo de trastorno de autoridad" en el marco del *frame* 'disputa político-institucional". *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Fuente: *Ámbito Financiero* (19/08/2009 y 23/09/2009) y *El Cronista Comercial* (28/08/2009).

Otros dos rasgos caracterizan la atribución causal de la 'disputa político-institucional': por un lado, cuando la oposición en el Congreso es fuente o actor principal —de acuerdo con la polarización de posturas que se señaló más arriba, el secundario suele ser el oficialismo en esos casos— se advierte un significativo porcentaje de atribución de tipo

política. Es decir, los acontecimientos relatados se explican por razones político-partidarias. Por lo general, dichas razones se vinculan con la voluntad de alguna de las fuerzas de controlar el proceso o de lograr sus objetivos en el marco de una fuerte pugna. No obstante, se eluden las referencias concretas a las características de la ley y a sus implicancias en la política pública de medios de comunicación. La **Imagen 4.12** recoge algunos ejemplos de este comportamiento. En el caso de *Ámbito Financiero*, la nota describe una

> …silenciosa guerra por los cargos del directorio en la autoridad de aplicación de la nueva ley de medios. El principal frente de batalla se libra entre el peronismo disidente y la Coalición Cívica para definir quién será el representante de la tercera minoría[345].

El segundo ejemplo exhibe dos entrevistas a fuentes de la oposición, quienes definen la postura de ese sector en el Congreso y responsabilizan políticamente al oficialismo por acelerar los tiempos del debate con fines que vulneran el funcionamiento de las instituciones.

Imagen 4.12. Atribución política en el marco del *frame* 'disputa político-institucional". *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

PJ REBELDE Y COALICIÓN CÍVICA SE DISPUTAN LA TERCERA MINORÍA EN LA AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Medios: peronismo K y anti-K buscan controlar el directorio

Eduardo Macaluse
Diputado nacional, presidente del bloque Solidaridad e Igualdad

ENTREVISTAS

Silvana Giudici
Diputada, titular de la comisión de Libertad de Expresión

"La ley no debe ser para premiar a unos y castigar a otros"

FERNANDO CÁCERES Buenos Aires

–¿Qué opina del proyecto de ley del Servicio de Comunicación Audiovisual?
–Desde el punto de vista técnico es digno de considerar. Aunque también pensamos presentar nuestras propuestas. Pero el contexto político no es bueno, porque se lo plantea en un contexto de confrontación.
–Entonces, ¿debería tratarlo el próximo Congreso?
–No. Hay que garantizar un debate serio y profundo. Si se vota antes o después del 10 di- vos monopolios más concentrados que los existentes, también propondremos modificaciones para evitar las decisiones discrecionales del Ejecutivo.
–¿Cree que así el Gobierno tendrá herramientas de control?
–La renovación de las licencias cada dos años está justificada por los avances tecnológicos. Pero se debe analizar quién será el encargado de evaluar la necesidad de renovar las licencias así como esos cambios tecnológicos. Para nosotros debe ser una comisión de caracteris-

"Tratar la ley ahora es una imprudencia"

F.C. Buenos Aires

–¿Cómo analiza el proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?
–La ley no presenta modificaciones sustanciales para que cambiemos la posición expresada el día del anuncio presidencial. Si creo que es importante que, al menos, se haya decidido hacerla pasar por la comisión de Libertad de Expresión. Revela la importancia que tiene este proyecto. Queda por ver cómo el oficialismo está pensando tratar esto.

Fuente: *Ámbito Financiero* (15/10/2009) y *El Cronista Comercial* (31/08/2009).

La última característica que cabe señalar en relación con la interpretación causal del *frame* 'disputa político-institucional' es el componente de atribución individual presente en aquellas notas protagonizadas por el Gobierno nacional. Es decir, se señalan con mayor frecuencia las acciones individuales de determinados actores —la Presidenta CFK, miembros del Gabinete nacional y Néstor Kirchner[346]— como causantes de los acontecimientos desarrollados en las notas: "Con la ayuda que les dio Binner, los Kirchner van en busca de la revancha contra Cobos"[347]; "Gobierno negocia transición en medios con DNU de Kirchner"[348]. Este énfasis en el tipo individual de causas tiene implicancias en la reputación de los actores protagonistas de la acción (Amadeo, 1999). Como sostienen

Iyengar & Kinder (1987), el grado de visibilidad de un individuo está en estrecha relación con el grado de responsabilidad que se le atribuye.

La atribución individual y la atribución política, aunque de menor relevancia que la institucional, introducen un elemento dramático en la cobertura, dado el hincapié en el interés humano de la historia. Así, se delinea una tendencia a crear historias alrededor de los actores y de sus intenciones, más que de los eventos en sí. Este fenómeno es denominado por Bennett (2012) "personalización de las noticias". Como producto de este "sesgo", se tiende a exagerar "el papel de los motivos y las intenciones personales a la vez que (se) desestima el rol que cumplen los factores contextuales cuando atribuyen responsabilidad a las acciones de los individuos" (Iyengar, 1991, pp. 32–33).

La tercera función que desempeñan los encuadres noticiosos es la de emitir evaluaciones morales alrededor del problema. De acuerdo con el *codebook* elaborado para la recolección de datos, este *frame element* incluye cuatro variables: la primera mide la valoración de la LSCA y las otras tres aluden a los valores propios del 'interés público': la consideración de la 'libertad de expresión', la 'diversidad' y la 'sustentabilidad del sistema' de medios audiovisuales. En cuanto a la valoración de la iniciativa debatida en el Congreso, predominan ampliamente los juicios de carácter indefinido o ambiguo (90,3%). Ello indica que en el marco de este encuadre no se expresan posturas definidas respecto del proyecto de ley o, en caso de hacerse, las apreciaciones positivas y negativas quedan balanceadas en una misma nota. El dato es coherente con el carácter general de este *frame*: el énfasis está puesto en la controversia y en el enfrentamiento más que en la información y/o análisis concreto de la LSCA.

En efecto, la frecuencia de aparición de posturas definidas por parte de los *speakers* en el marco de este encuadre es significativa: el 32,8% de las fuentes principales se manifiestan a favor de la LSCA y un 27,5% la valora negativamente. Para las fuentes secundarias, la balanza también se inclina a favor del juicio positivo (31,6%) por sobre el negativo (24,1%), aunque prevalece el no definido (44,3%). Ello puede explicarse por el predominio de las fuentes pertenecientes al ámbito gubernamental, defensores de la propuesta.

En cuanto a los valores que integran los tipos de bienestar incluidos en la noción de 'interés público', su frecuencia de aparición es prácticamente nula para los autores de las notas encuadradas como 'disputa político-institucional'. En cambio, sí se observa —aunque en un bajo nivel— la presencia de consideraciones sobre dichos valores que se filtran, de algún modo, en las palabras de los *speakers*. Por caso, en una de cada diez notas el *speaker* principal manifiesta una mirada individual de la libertad de expresión y se expresa a favor de la diversidad abierta. Mientras tanto, un 17,6% argumenta la sustentabilidad del sistema de medios desde una perspectiva competitiva.

El último *frame element* es la 'recomendación de tratamiento'. Es decir, el pronóstico o propuesta de soluciones para el problema que se ha definido. Dentro de las notas

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

encuadradas como ‘disputa político-institucional’, tres de cada diez casos no mencionan solución alguna y dos de cada cinco pronostican su aprobación con modificaciones (20,8%) o sin ellas (20,8%). Un menor número de casos (7,1 %) pronostica la postergación del debate hasta la nueva conformación del Congreso, en diciembre de 2009. Aunque este último tipo de soluciones presenta una baja frecuencia de aparición, todas las notas que proponen esta salida al problema aparecen en el marco de este encuadre.

Imagen 4.13. Solución propuesta en el marco del *frame* ‘disputa político-institucional’. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

MEDIOS: EL VICE RECIBIÓ A REFERENTES OPOSITORES EN EL SENADO; PLANEA ESTIRAR EL DEBATE

Cobos, Macri y De Narváez, contra ley K: “Si se vota, la revisaremos en diciembre”

UCR, PRO Y PJ DISIDENTE PROMETEN CAMBIAR LEY DE MEDIOS CON NUEVO CONGRESO

Oposición avisa que la ley tiene plazo fijo a diciembre

Fuente: *Ámbito Financiero* (31/08/2009) y *El Cronista Comercial* (11/09/2009).

De las propiedades señaladas para el encuadre ‘disputa político-institucional’ se desprende que este adquiere un nivel de generalidad que lo deja a mitad de camino entre lo que se considera un ‘encuadre genérico’ —potencialmente presente en todo tipo de temáticas y aplicable a diversos tópicos, en diversas épocas y contextos socio-culturales— y un ‘encuadre específico’ —que retrata aspectos típicos de los eventos o temas—. En efecto, y aunque con algunas diferencias[349], este encuadre fue creado en un trabajo que antecede a la presente investigación (Koziner, 2015a) y alude allí a las controversias desarrolladas en el seno de las instituciones democráticas. Involucra, fundamentalmente, a los distintos niveles del Estado y a los modos en los cuales estos lidian con un conflicto judicial y político entre el Gobierno nacional y una empresa privada de medios de comunicación por la implementación de la Ley que regula al sector audiovisual.

Para el caso que aquí se analiza, en cambio, el marco institucional dispuesto para el debate alrededor del proyecto de ley de SCA se presenta como el escenario de una controversia entre fuerzas políticas antagónicas que integran dos de los tres poderes del Estado. Son esta disputa y sus implicancias político-partidarias las que cobran protagonismo, mucho más que el contenido de la medida de política pública que se debate en el Congreso de la Nación.

El encuadre ‘disputa político-institucional’ es propio de ambos periódicos analizados. No obstante, su presencia es mayoritaria en *Ámbito Financiero*, pues en siete de cada diez notas publicadas por ese diario predomina este *frame*. Mientras tanto, en *El Cronista Comercial* la proporción se reduce a cuatro de cada diez.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Encuadre 'Interés público sociocultural'

El discurso de Cristina de Kirchner en el Salón de la Mujer de la Casa Rosada para presentar la ley de medios fue seguido desde la Plaza de Mayo por agrupaciones piqueteras convocadas para la ocasión.

Fuente: *Ámbito Financiero*, 28 de agosto de 2009.

El segundo clúster identificado agrupa el 19,1% de los casos del universo (68 unidades). De ese porcentaje, siete de cada diez se publican en *El Cronista Comercial* y solo tres en *Ámbito Financiero*. El encuadre sintetiza mayormente la mirada que subordina el 'bienestar económico' al 'político' y al 'sociocultural'. Aunque tiende a coincidir con el utilizado por las posturas favorables a la LSCA, ello no siempre es así, como se verá más abajo. Las categorías más relevantes de cada una de las variables que integran los *frame elements* de este encuadre están sintetizadas en la Tabla **4.14** y se describen a continuación.

Tabla 4.14. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Interés público sociocultural'.

	Interés público sociocultural	
	***Frame elements* y variables**	**Categorías predominantes**
Definición del problema	**Arena**	De la sociedad civil Legislativa
	Tópico principal	Rasgos del proyecto de ley / de la LSCA Impacto en el ejercicio del derecho a la libertad de prensa y/o expresión Entrada de nuevos actores al sistema de medios
	Tema	Dimensión sociocultural
	Fuente principal	Organizaciones de la sociedad civil Especialistas
	Fuente secundaria	No hay
	Actor principal	Organizaciones de la sociedad civil Gobierno nacional Empresas
	Actor secundario	Gobierno nacional Organizaciones de la sociedad civil Otros
Atribución causal	**Atribución de responsabilidad**	Institucional Política Individual
Evaluación moral	**Valoración LSCA**	No definida Positiva Negativa
	Libertad de expresión	Colectiva
	Diversidad	Abierta
	Sustentabilidad del sistema	Mercado competitivo
Recomendación de tratamiento	**Solución propuesta**	Aprobación de la LSCA

Fuente: elaboración propia.

La ‘definición del problema’ que promueve el encuadre ‘interés público sociocultural’ se desarrolla en dos arenas o ámbitos privilegiados de la acción: en primer lugar, los acontecimientos se producen en el seno de la sociedad civil (37,7%): “Radiodifusión: Chaco inicia el foro de consultas[350]”; “Poder Ciudadano pide debate más amplio”[351]; “Los medios le ganan a CFK la batalla por la opinión pública[352]”; “Unánime respaldo en Santa Fe a la ley de medios”[353]. En segundo término, se ubica la arena legislativa (24,5%), adonde se llevaron a cabo las audiencias públicas como preludio del debate parlamentario[354]: “Arrancan las audiencias con sindicalistas y particulares”[355]; “Especialistas cuestionan la técnica jurídica de la iniciativa gubernamental. Derecho del entretenimiento, de las telecomunicaciones, societario y hasta sucesorio fueron pasados por alto en el proyecto oficial”[356]; “Los puntos conflictivos del proyecto”[357].

El asunto sobre el que giran con mayor frecuencia los hechos noticiosos es el definido como ‘rasgos del proyecto de ley / de la LSCA’ (66%), pues se resaltan aquellos aspectos controversiales del texto que se está debatiendo en el Congreso. En segundo lugar, aparecen dos tópicos que hacen referencia a dos características específicas de dicho proyecto normativo: ‘Entrada de nuevos actores al sistema de medios’ (11,3%) e ‘Impacto en el ejercicio del derecho a la libertad de prensa y/o expresión’ (7,5%). Aunque la frecuencia de aparición de estos últimos es baja, todas las notas acerca de estos asuntos son encuadradas en los términos de este *frame*.

El tema que conecta estos *issues* envolviéndolos en una categoría más amplia (Pasquier, 1994) es la ‘dimensión sociocultural’. En tanto idea global, variable latente que subyace al texto de las noticias, se infiere de la lectura integral de las notas e identifica la cuestión sociocultural como dominio en el cual se inscriben los acontecimientos. Esto es, las implicancias que el debate y la sanción de la norma en cuestión tienen para la vida social y cultural, independientemente de sus consecuencias económicas. La **Imagen 4.14** presenta algunos fragmentos de notas que ejemplifican este comportamiento del *frame* e introducen, además, el tipo de *speaker* que predominó para los casos clasificados en este segundo conglomerado de notas. Tal como se observa en los ejemplos, predominan las notas pequeñas —menos de un cuarto de página—; es decir, por debajo del promedio general de la cobertura.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Imagen 4.14. Encuadre ‘interés público sociocultural’. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Moyano: “¿Por qué no puede tener una radio la CGT?”

EL CRONISTA Buenos Aires

El líder del sindicato de Camioneros y titular de la CGT, Hugo Moyano, defendió ayer el proyecto oficial de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la posibilidad de que su propio gremio acceda a una emisora radial, al afirmar que “el mejor amigo” del trabajador “es el mate y la radio”.

Marcha a favor

La Coalición por una Radiodifusión Democrática convocó a marchar al Congreso mañana a las 17, en apoyo del proyecto de ley de medios. Anticiparon su adhesión las Abuelas de la Plaza de Mayo, la CTA, la CGT, la red de radios de las universidades y representantes de organizaciones de los pueblos originarios, del movimiento cooperativo y de la Federación Universitaria Argentina (FUA), entre otros. “El proyecto que se discute en el Senado es nuestro proyecto”, dijo el titular de la coalición, Néstor Busso.

OBISPOS SE DEFINEN

La Iglesia Católica sorprendió ayer al defender el proyecto de ley de servicios audiovisuales del Poder Ejecutivo. «Es un paso adelante para los que hoy no tienen voz», afirmó el director de prensa de la Conferencia Episcopal Argentina, presbítero Jorge Oesterheld, pero sostuvo que «no sería bueno que se apruebe por diferencia de un par de votos».

Fuente: *El Cronista Comercial* (23/09 y 8/10/2009) y *Ámbito Financiero* (11/09/2009)

La cuarta variable que integra la ‘definición del problema’ del *frame* ‘Interés público sociocultural’ está conformada por las fuentes —*speaker* principal y secundario— citadas explícitamente como proveedoras de la información. En el tratamiento mediático de cualquier asunto público, la relación que se forja entre las fuentes y las instituciones periodísticas es un aspecto central en la elaboración de la información (Brandenburg, 2002; Gans, 2004). Los portavoces de las distintas posturas que contribuyen en la definición del problema “no son todas iguales ni todas igualmente importantes, de la misma manera que el acceso a ellas por parte de los periodistas no está uniformemente distribuido” (Wolf, 1987, p. 255).

En ese contexto, resaltan dos cuestiones relevantes en las notas. En primer lugar, se observa un uso promedio de fuentes menor que el de la cobertura considerada en su conjunto: tres de cada diez notas no incluyen declaraciones de ningún *speaker* y el 37% de los casos cita solo uno. En segundo término, en aquellos casos en que sí se cita la palabra de alguna fuente, son las ‘no oficiales’ (74,3%) las que aportan la mayor parte de la información: los actores que predominan como fuente principal son los representantes de organizaciones de la sociedad civil (34,3%), los ‘especialistas’ (17,1%) y las empresas de comunicación (17,1%) y se los refiere mayoritariamente con atribución mixta (62,8%). El dato es elocuente, dada la abrumadora mayoría de fuentes de tipo oficial que caracteriza la cobertura del debate del proyecto de ley de SCA por parte de la prensa económica en términos globales. Entre las fuentes secundarias, de muy baja frecuencia de aparición, las oficiales suman apenas un 14,2% y las no oficiales, un 18%.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Ahora bien, ¿quiénes son los actores que protagonizan los hechos en el marco de este encuadre? A diferencia de lo que ocurre en la 'disputa político-institucional' *speakers* y actores no coinciden en todos los casos. En efecto, se observa que los actores principales se distribuyen entre las organizaciones de la sociedad civil (30%), el Gobierno nacional (28%), el sector empresario (20%) y el Congreso de la Nación (12%). Mientras tanto, entre los secundarios se destacan el Gobierno (34,3%), el Congreso (28,6%) y, en menor medida, las organizaciones de la sociedad civil (14,3%). De estos datos se infiere que los actores estatales adquieren protagonismo no como portavoces de este *frame* pero sí como agentes capaces de incidir en el curso de los acontecimientos relatados en las notas. No obstante, el rol de las organizaciones de la sociedad civil no puede ser desdeñado, dado que la totalidad de las notas de la cobertura que los presentan como actores principales son encuadradas como 'interés público sociocultural'.

El segundo *frame element*, 'atribución causal', permite indagar en la clase de tratamiento que reciben los individuos, grupos o instituciones que motivaron el problema, tal como es entendido en el marco de este encuadre. En efecto, el nivel de visibilidad de los actores se vincula con el tipo de responsabilidad que se le atribuye (Amadeo, 1999; Iyengar & Kinder, 1987), razón por la cual esta variable releva, justamente, a dónde recae la responsabilidad del estado de situación trazado.

La **Tabla 4.15** exhibe los tipos de atribución en relación con los actores protagonistas de las notas. Si bien el factor institucional es el preponderante, se advierte que este disminuye en comparación con lo que sucede en el encuadre 'disputa político-institucional'. En contrapartida, se registra un aumento en las atribuciones de tipo individual y social. Asimismo, la atribución político partidaria continúa siendo relevante.

Tabla 4.15. Atribución causal del encuadre 'Interés público sociocultural' según actores principales y secundarios. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009.

	Atribución causal							
	Actor 1				**Actor 2**			**Total**
Atribución causal	Gobierno nacional	Congreso Nacional	Sector empresario	Org. Sociedad Civil	Gobierno nacional	Congreso Nacional	Org. Sociedad Civil	
Individual	21,4%	-	20,0%	7,1%	16,7%	20,0%	20,0%	15,4%
Social	-	-	10,0%	28,6%	16,7%	10,0%	20,0%	11,5%
Institucional	**50,0%**	**66,7%**	20,0%	**50,0%**	**41,7%**	**60,0%**	20,0%	**46,2%**
Política	28,6%	33,3%	**50,0%**	14,3%	25,0%	10,0%	**40,0%**	**26,9%**
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Fuente: elaboración propia.

De la **Tabla 4.15** se infiere que la responsabilidad por los hechos relatados recae principalmente sobre las instituciones del Estado y, en segundo término, en el factor político- partidario. Este último cobra relevancia en las notas protagonizadas por el

oficialismo —tanto el PEN como los legisladores nacionales— y en las protagonizadas por miembros del sector empresario. Por lo general, el tipo de atribución política se corresponde con una valoración negativa más dirigida al accionar de los agentes oficiales que al proyecto de ley:

> La pluralidad es el resguardo para la prensa. Hay una cuestión clave con el proyecto de ley de radiodifusión que ayer presentó la Presidenta. Los Kirchner no son confiables como para dejar solo en sus manos el debate y la ejecución de los cambios que los medios de comunicación necesitan para adecuar su funcionamiento a los tiempos que corren.[358]
>
> Para los Kirchner, sin embargo, supone otro safari político: el proyecto aparece como la coronación de su enfrentamiento con el grupo Clarín, *holding* con el que pulseó en estos días por los derechos de transmisión de los partidos de Primera A[359].

La 'evaluación moral' que promueve este encuadre es coherente, en términos generales, con el enfoque de 'interés público' protegido por el texto de la LSCA[360]. Desde esta perspectiva, predomina una comprensión específica de los valores propios del 'bienestar político', del bienestar sociocultural' y del 'bienestar económico', al tiempo que se considera que los primeros dos deben primar por sobre el tercero en el diseño de las medidas de política pública, como es el caso de la LSCA. Así, dentro del este encuadre se agrupan las miradas 'colectiva' de la libertad de expresión (63,2%) y 'abierta' de la diversidad (63,9%). El 'bienestar económico', por su parte, aparece mayormente entendido como la necesidad de configurar un 'mercado competitivo' de medios de comunicación (77,3%), es decir, que reduzca los niveles de concentración de la propiedad de los medios de comunicación[361].

No obstante, esta evaluación del 'interés público' no se corresponde necesariamente con una evaluación positiva del proyecto de ley de SCA. En efecto, conviven miradas contradictorias al respecto: mientras el 58,4% de las notas del conglomerado no emiten juicio definido acerca de la LSCA o este es de carácter ambiguo, el resto de las unidades se dividen equitativamente entre aquellas que la valoran positiva (20,8%) y negativamente (20,8%). De ello se infiere que el argumento general promovido por este *frame* no puede emparentarse linealmente con el apoyo de la iniciativa legislativa aunque coincida, en términos generales, con los valores del interés público que ella postula. En efecto, algunas de las críticas al proyecto se fundan, justamente, en los valores que este promueve.

La **Tabla 4.16** aporta ejemplos extraídos de las notas. En ellos se alude a los valores predominantes en el marco de este *frame*, tanto en palabras de los autores de los artículos periodísticos como en las declaraciones de los *speakers* principales o secundarios. Aunque la clasificación resulta algo esquemática, permite ilustrar los distintos argumentos presentes en este encuadre pues, por lo general, no aparecen de modo manifiesto en el contenido de los medios sino que son evocados por él.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla 4.16. Ejemplos de evaluación moral en el marco del *frame* 'Interés público sociocultural'.

Evaluación moral – Valores del 'interés público sociocultural'	
Valor	**Ejemplo**
Libertad de expresión	"Lo que está en juego es la democratización de la información, parafraseando a los economistas podría decirse que estamos discutiendo la redistribución de la palabra (…) Cuando hablamos de radiodifusión hablamos de libertad de expresión, del derecho de dar y recibir información. En definitiva, hablamos de ampliar el campo de la libertad" (*El Cronista Comercial,* 18 de marzo de 2009). "[El relator de Promoción y Protección de la Libertad de Expresión de Naciones Unidas Frank La Rue] aseguró que el anteproyecto del gobierno 'es el más avanzado en materia de libertad de expresión en América Latina y un ejemplo para el mundo'" (*El Cronista Comercial*, 16 de julio de 2009).
Diversidad	"También Alejandro Demichelis en nombre de la Unión de Trabajadores de la Educación (UTE) expresó su apoyo al texto con la convicción de que 'la comunicación solo servirá para formar ciudadanos libres y responsables si existen múltiples voces que relaten la historia'" (*Ámbito Financiero*, 29 de septiembre de 2009). "El ingreso de cooperativas era una negación sin razón lógica. Cooperativas que prestan servicios con mucha eficiencia y aportan a la solidaridad de la comunidad con luz, con agua, lo van a hacer al tener medios de comunicación. Igual con la inclusión de los pueblos originarios y las universidades" (*El Cronista Comercial*, 12 de octubre de 2009).
Sustentabilidad del sistema de medios	"El proyecto (…) pretende reorganizar el espectro y evitar, según las palabras del titular del Comfer y autor del mismo, Gabriel Mariotto, la concentración monopólica 'que existe en la Argentina y que no resiste ninguna ley en el mundo'" (*El Cronista Comercial*, 19 de marzo de 2009). "Raimundi hasta pidió discutir no solo la asignación de publicidad pública, sino también la proveniente de empresas privadas para analizar el poder de concentración de los medios, un escenario que ni siquiera el kirchnerismo se había animado a discutir en esos términos" (*Ámbito Financiero*, 16 de septiembre de 2009). "En cuanto al sistema nacional de medios, el proyecto recoge el consenso que existe no solo en la dirigencia política de que es necesario desbaratar situaciones de abuso de la posición dominante de algunos grupos de medios en ciertos mercados, no solo el de la región metropolitana, donde el Gobierno ha señalado expresamente al Grupo Clarín (...) La Argentina, donde el sistema de medios ha crecido por fuera de las normas sin ningún tipo de control, tiene una deuda con el público en materia de concentración de medios" (*Ámbito Financiero*, 25 de septiembre de 2009).

Fuente: elaboración propia.

El último *frame element*, 'recomendación de tratamiento', incluye las soluciones propuestas o pronosticadas como salida a la situación problemática definida. Del procesamiento de los datos recogidos del corpus surge que las soluciones que aparecen mencionadas con mayor frecuencia vaticinan la aprobación de la norma con

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

modificaciones (26,4%) o sin ellas (17%). Sin embargo, casi la mitad de los casos no mencionan ninguna solución (49%).

Encuadre 'Interés público económico-empresarial'

Fuente: *El Cronista Comercial*, 8 se septiembre de 2009.

El tercer y último conjunto de casos reúne 88 casos del universo (25,5%). Acentuando la tendencia del *frame* anterior, poco más de siete de cada diez artículos periodísticos integran la cobertura que *El Cronista Comercial* hizo de la LSCA, mientras el 24% restante aparece publicado en *Ámbito Financiero*. Se denomina a este encuadre 'Interés público económico- empresarial', en tanto fija los parámetros para el debate de la SCA en función de argumentos que privilegian los criterios económicos por sobre los políticos. En este sentido, los valores priorizados se corresponden con una mirada contradictoria con los principios sostenidos por el texto normativo. Las categorías más relevantes de cada una de las variables que forman parte de los elementos de encuadre creados para esta investigación están sintetizadas en la **Tabla 4.17**.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla 4.17. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Disputa político-institucional'.

Interés público económico-empresarial

	***Frame elements* y variables**	**Categorías predominantes**
Definición del problema	**Arena**	Empresarial y financiera Poder político Ejecutiva
	Tópico principal	Impacto de la medida en el mercado de medios Rasgos del proyecto de ley / de la LSCA
	Tema	Dimensión económica Dimensión político-institucional
	Fuente principal	Empresas de comunicación Gobierno nacional Partidos políticos
	Fuente secundaria	Empresas de comunicación Gobierno nacional Oficialismo en el Congreso
	Actor principal	Gobierno nacional Empresas de comunicación
	Actor secundario	Empresas de comunicación Gobierno nacional
Atribución causal	**Atribución de responsabilidad**	Política Individual Institucional
Evaluación moral	**Valoración LSCA**	Negativa Indefinida
	Libertad de expresión	Individual
	Diversidad	Reflectiva
	Sustentabilidad del sistema	Economías de escala
Recomendación de tratamiento	**Solución propuesta**	No se menciona solución No se ve solución posible (panorama desalentador) Judicialización de la LSCA

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Fuente: elaboración propia.

Los datos desplegados en la **Tabla 4.17** conforman el paquete de encuadre o caja de herramientas a partir del cual es posible reconstruir los argumentos que promueve este *frame* (D'Angelo, 2002; Van Gorp, 2007). A diferencia del 'interés público sociocultural', caracterizado por contener posturas contradictorias, este encuadre presenta un mayor grado de coherencia conceptual que puede sintetizarse como una actitud crítica hacia el proyecto de ley de SCA y hacia el Gobierno nacional, promotor de la iniciativa. Dicha postura se caracteriza por la primacía de la dimensión económica por sobre la sociocultural y por un alto grado de controversia.

El ámbito en el cual se desarrolla la acción noticiosa se alterna entre las arenas 'empresarial y financiera' (38%), la 'del poder político' (33,8%) y, en menor proporción, la del PEN (18,3%). Allí se evocan diferentes situaciones que giran alrededor de los rasgos del texto de la LSCA dirigidos a regular el funcionamiento del mercado de medios así como de las consecuencias económico-financieras que la norma tendría para las dinámicas de dicho mercado. En relación con estos tópicos, las dimensiones temáticas que predominan son dos: la económica, por un lado y la político-institucional por otro. El dato es significativo, pues da cuenta de que la arista económico-financiera es uno de los ejes de conflicto entre el Gobierno y buena parte del sector empresario que considera afectados sus intereses, pero el problema también impregna a las instituciones del Estado.

De modo similar al del encuadre sociocultural, el uso promedio de fuentes es menor que el de la cobertura considerada en su conjunto: el 29% de las notas no incluyen declaraciones de ningún *speaker* y otro 29% cita solo uno. Cuando convocan la palabra de algún actor individual o colectivo para la definición de las situaciones problemáticas, los periódicos acuden principalmente —y de modo equitativo— a representantes del Gobierno nacional (36,6%) y del sector empresario (36,6%). En términos globales, predominan en este *frame* las voces 'no oficiales' (58,7%), pues los miembros de partidos políticos son la tercera fuente principal en importancia en el marco de este *frame*. Aquellos artículos que acuden a más de una fuente, suelen oponer las voces del Gobierno a la del sector empresario y viceversa. Sin embargo, el sector empresario es citado como fuente única con mayor frecuencia que los *speakers* oficiales.

¿Qué tipo de tratamiento reciben las fuentes? Aquí se observa una diferencia significativa entre los *speakers* gubernamentales y las empresariales, tanto cuando son citados como principales como cuando lo son como secundarios. En ambos casos, se los tiende a presenter con nombre y pertenencia institucional, casi en la mitad de las notas: "Así lo aclaró ayer el Interventor del Comité Federal de Radiodifusión (Comfer), Gabriel Mariotto"[362]; "…el diputado Agustín Rossi, presidente del bloque kirchnerista, luego aportó

su crítica…”[363]; El secretario de Relaciones de ADEPA, Luis Tarsitano, consideró ayer en la audiencia pública que se celebró en la Cámara de Diputados…”[364].

Cuando no se los presenta con atribución mixta, se observa una divergencia importante en la presentación de estos *speakers*. En más de un tercio de las declaraciones de los representantes del Gobierno, estos son referidos solo por su nombre: “…Cristina de Kirchner aseguró que el proyecto busca establecer una comunicación ‘democrática y plural’”[365]; “Mariotto, contra la formación de monopolios”[366]. En tanto, en el caso de las fuentes empresarias ocurre lo contrario: poco más de un tercio de las citas son referidas únicamente con el nombre de la institución: “…desde Telefónica reiteraron una expresión de deseo que hicieron manifiesta desde 2006[367]”; “Directivos de la Asociación Bonaerense de la Televisión (ABT), de la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y de la Confederación Cooperativa de la República Argentina (Cooperar) encabezaron la quinta jornada de audiencias públicas y afirmaron…”[368]. De esta manera, se tiende a personalizar la intervención del Gobierno nacional y a institucionalizar la del sector de las empresas de medios.

La quinta y última variable que contribuye a la ‘definición del problema’ junto con la arena, los tópicos y fuentes de la información, son los actores que la protagonizan. En el marco de este encuadre, fuentes y actores principales y secundarios tienden a coincidir[369] con gran frecuencia. Es decir que los portavoces de los hechos son, a la vez, sujetos principales de la acción. Por otra parte, en aquellas notas en que la información no es atribuible a fuente alguna, el Gobierno es protagonista de la acción relatada en ocho de cada diez casos; en más de la mitad de estos, secundado por el sector empresario. Así, el nivel de visibilidad de estos actores es aún mayor que si solo se los considera cuando aparecen en el doble rol de *speaker* y protagonistas del relato noticioso. La **Imagen 4.16** ofrece algunos ejemplos en los cuales el Gobierno y el sector empresario protagonizan las notas como fuentes y actores.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Imagen 4.16. Encuadre "interés público económico-empresarial". *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

Kirchner: "Es una medida no concentradora"

➤ *Corría abril de 2008. Gabriel Mariotto se acomodaba, a las apuradas, a la vez; mientras desde la Casa Rosada hasta las oficinas del COMFER, en Suipacha al 756. Apenas llegado, un tema formal, burocracia pura, lo encontró en medio de un episodio insólito.*

Al firmar su primera resolución -en aquaso nuevo; ahora «Ahdad» como secretario de **Julio Bárbaro**, *se enteró casi de casualidad de que su secretaria privada, al tiempo que registraba y deri-*

Gabriel Mariotto

EL SENADO SE PREPARA PARA RATIFICAR DECRETO DEL EX PRESIDENTE QUE PRORROGÓ POR 10 AÑOS LICENCIA DE RADIO Y TV

Gobierno negocia transición en medios con DNU de Kirchner

Escribe Rubén Rabanal

➤ La transición de las licencias de radiodifusión desde su situación actual a las restricciones que se impondrán cuando comience a regir la nueva ley de medios ya comenzó. En el Congreso se reconoce que, más allá de la guerra pública, el Gobierno comenzó las conversaciones con empresas para organizar el paso al nuevo sistema. **Ese proceso involucra la venta forzada de canales de TV, radios y cables que no una transición negociada.**

Ya comenzaron, entonces, los intentos por lograr esta segunda opción, a pesar de los discursos presidenciales. En el Senado, casi por coincidencia, apareció un elemento que el kirchnerismo quiere usar en ese proceso: **la ratificación del decreto de necesidad y urgencia 527 que Néstor Kirchner firmó el 20 de mayo de 2005 por el que suspendió por 10 años el plazo de caducidad de las licencias.** Fue un regalo a las empresas de medios que por entonces no parecían ene-

el jujeño **Guillermo Jenefes** le pidió a **Miguel Pichetto** que apurara el tratamiento para la ratificación definitiva.

Objetivo

La intención publicitada en precisarmente garantizar a las empresas que durante la transición en la que deberán desprenderse de las unidades de negocio (algo que aún no tiene fecha cierta porque antes debe constituirse la autoridad de aplicación, que el miércoles en La Plata anunció Cristina de

herramienta de negociación del Gobierno con los medios a los que les garantizó un horizonte de 17 años y ahora se los recortó a uno.

Así, el pedido de **Jenefes** fue incluido en el plan de labor de la sesión del miércoles pasado, aunque **Miguel Pichetto** dejó claro desde el comienzo que el debate podría pasar para la próxima semana.

En medio de la discusión por la «fe de erratas», **Pichetto** prefirió no alimentar más el incendio en el recinto y prefirió que el debate por la ratificación se pos-

Cristina de Kirchner

Luis Petcoff Naidenoff

un horizonte de previsibilidad que involucre los plazos mínimamente necesarios para recomponer su situación económico-financiera».

chas deban desprenderse de unidades de negocio.

De así que la ratificación del Decreto 527/2005 «cayera a medida para **el kirchnerismo en un momento en el que ya**

LA POLÉMICA INICIATIVA GENERA RECHAZO EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Radiodifusión: el proyecto oficial no deja tener TV abierta y cable al mismo dueño

La Plata fue otra vez la ciudad elegida por los Kirchner para realizar grandes anuncios. Ayer fue el turno del proyecto que genera, según los medios, inseguridad jurídica

EL CRONISTA Buenos Aires

La presidenta Cristina Kirchner presentó un proyecto con el objetivo de modificar la ley de Radiodifusión. En el Teatro Argentino de La Plata, con muy poca militancia en el exterior pero con y un lleno total en el interior que incluyó al ex presidente Néstor Kirchner, Hugo Moyano, otros líderes sindicales, ministros, gobernadores y hasta representantes de todos los credos y embajadores, Cristina se

ción con uso de espectro radioeléctrico, excluyendo el servicio satelital.

La iniciativa, que genera rechazo en varios medios de comunicación, prevé la televisión gratuita de eventos deportivos, en especial, de fútbol. Esto se ve reflejado en el texto del proyecto, en el capítulo referente al "Derecho al acceso a los contenidos informativos de interés relevante y acontecimientos futbolísticos y de otros géneros".

En otro de los puntos se especifica que la Secretaría de Medios de Comunicación de la Jefatura de Gabinete podrá "romper" los derechos exclusivos que tiene un operador para la emisión televisiva del fútbol y transmitirlos de forma gratuita.

Respecto al triple play y la posibilidad de que las telefónicas

PREOCUPACIÓN POR LEY DE MEDIOS Y NACIONALIZACIÓN DEL FÚTBOL

No hubo promesas de inversiones y si muchos reclamos empresarios

SANTIAGO CIELLA Nueva York

Empresarios norteamericanos llevaron ayer a la presidenta Cristina Fernández de Kirchner dudas sobre la estabilidad económica, la Ley de Medios, la rentabilidad agropecuaria y los regímenes de promoción. Durante más de una hora, la Presidenta expuso con detalle estadístico la evolución del país en los últimos años, intentando seducir a las compañías para que realicen o incrementen el nivel de inversiones de la Argentina. Sin embargo, luego de la presentación hubo una serie de preguntas donde aparecieron los temas que generan incertidumbre en el mundo de negocios.

Del coreite, organizado por el Consejo de las Américas que preside Susan Segal, participaron diecisiete firmas de primer nivel internacional, con intereses consumidos o potenciales en el país. En el grupo de invitados estuvieron Microsoft, Ratrick, DirecTv, Cargill, Bunge, General Motors y Fox entre otras

presa desde hace meses. En tanto empresas del rubro farmacéutico resaltaron la necesidad de agilizar la operatoria del comercio exterior.

"Si todo esta tan bien la Argentina como usted dice, cómo es que el riesgo país sigue tan alto", preguntó uno de los empresarios durante la charla. La Presidenta aprovechó la consulta

"Si todo esta tan bien la Argentina como usted dice, cómo es que el riesgo país sigue tan alto"

para disparar contra las calificadoras de riesgo. Según comentó uno de los asistentes al evento, Cristina aseguró que muchos países que están peor que la Argentina tienen un riesgo país más bajo, pero no tienen superávit fiscal ni excedente comercial.

Las firmas tecnológicas se mostraron interesadas en la puesta en marcha del régimen de promoción de inversiones en Tierra del Fuego. General Motors agradeció públicamente la ayuda financiera brindada por el Gobierno durante la crisis económica.

Cristina hizo hincapié en el fortalecimiento de la infraestructura y del aumento del mercado interno, que tiene a la Argentina entre los principales consumidores de telefonía celular del mundo en términos per capita.

No obstante, no hubo ningún compromiso de sumar inversiones en la Argentina por parte de los empresarios. Desde Wall Street comentaron que "la Argentina está fuera del mapa de inversiones y mucho más si se la compara con Brasil o México". Al salir de la reunión, que se llevó a cabo en el hotel Four Seasons donde se hospeda la mandataria, uno de los empresarios presentes se mostró conforme: "la Presidenta hizo un buen trabajo vendiendo las bondades del país, ustedes como argentinos deberían estar orgullosos", dijo.

Fuente: *Ámbito Financiero* (4/09 y 23/10/2009) y *El Cronista Comercial* (18/03 y 23/09/2009).

El tratamiento de los actores se completa con el segundo elemento de encuadre: la atribución causal. Como se ha mencionado, el nivel de importancia atribuida a los distintos tipos de causas interviene en la reputación que se construye de los protagonistas de la acción (Amadeo, 1999). Los resultados en este punto son elocuentes: a diferencia de lo que ocurre en el marco de los otros dos encuadres hallados, prevalece aquí la atribución político-partidaria (38%). La institucional y la individual presentan igual nivel de aparición (28,2%).

Los resultados del análisis, sistematizados en la **Tabla 4.18**, ponen en evidencia cuáles son los tipos de atribución causal que prevalecen en las notas en función de los actores principales y secundarios.

Tabla 4.18. Atribución causal del encuadre 'Interés público económico-empresarial' según actores principales y secundarios. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* entre el 1 de marzo y el 31 de octubre de 2009.

Atribución causal	Actor 1		Actor 2		Total
	Gobierno nacional	Sector empresario	Gobierno nacional	Sector empresario	
Individual	**39,0%**	18,2%	**32,0%**	20,8%	**28,2%**
Social	2,4%	4,5%	0,0%	8,3%	4,2%
Institucional	14,6%	**54,5%**	**32,0%**	16,7%	**28,2%**
Político	**43,9%**	18,2%	**32,0%**	**54,2%**	**38,0%**
Judicial	-	4,5%	4,0%	0,0%	1,4%
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Fuente: elaboración propia.

A partir de los datos que se desprenden de la **Tabla 4.18** se advierte que el protagonismo del Gobierno nacional está asociado a causas —o responsabilidades— de tipo político-partidarias o de carácter individual mucho más que a su rol institucional. Ello da cuenta de una tendencia de los periódicos a la "personalización" (Bennett, 2012), es decir, a desarrollar relatos más centrados en los actores que en de los eventos en sí. En contrapartida, se sobrevalora el rol que ejercen los motivos y las intenciones personales o político-partidarias al tiempo que se subestima el papel "que cumplen los factores contextuales cuando atribuyen responsabilidad a las acciones de los individuos" (Iyengar, 1991, p. 33): "'La idea es tocar a Clarín, pero no a todos los grupos de medios', admitió un funcionario de la Casa Rosada con diálogo con los dos Kirchner y poseedor de amplios contactos entre conglomerados mediáticos de tamaño moderado"[370]; "Ley de Medios: Cristina restringe el ingreso de las telefónicas"[371]; "Cristina apura"[372];

> El lanzamiento del proyecto se anota en la pelea del kirchnerismo con contradictores de la política y la sociedad desde una posición débil como la que sigue a la derrota en los grandes distritos, que es tan débil como la de una oposición que piensa lo mismo que el Gobierno en este punto, pero que rechaza el proyecto por razones de cálculo político[373].
>
> [La LSCA] es presentada como una jugada heroica para disminuir la concentración y el poder de los multimedios, pero su efecto práctico será que el gobierno, a través del Comfer y otras organizaciones, se convertirá en un verdadero monopolio de contenidos de la información[374].

Así, tal como afirman Paletz & Entman (1981), las historias relatadas parecen muchas veces hacer más foco en "la superficie de las apariencias, los sonidos furiosos y visiones exaltadas de batalla (…) Las causas subyacentes y el impacto real son poco observados y no serán recordados por mucho tiempo" (p.17). La pelea política, fundada en

motivos personales y/o partidarios, se coloca por encima de los efectos concretos de la medida de política pública en el funcionamiento del sistema de medios audiovisuales.

En el caso de los artículos protagonizados por miembros del sector de las empresas de medios —por lo general, coprotagonizadas por actores gubernamentales—, cobra mayor relevancia el tipo atribución institucional: "[Los representantes de asociaciones que agrupan a cooperativas y a radiodifusoras privadas] advirtieron que varias señales de cable pueden llegar a desaparecer en las provincias (…) reclamaron cambios en el proyecto que analiza el Senado"[375]. Así, se hace hincapié en el rol que las instituciones —en este caso, la Cámara Alta— desempeñan en el desarrollo del problema y en su posible resolución.

La 'evaluación moral' que promueve el problema definido por el encuadre 'interés público económico-empresarial' tiende a juzgar negativamente la iniciativa regulatoria[376]. En relación con ello, la 'libertad de expresión', la 'diversidad' y la 'sustentabilidad' de los medios de comunicación son valores ponderados para el funcionamiento del sistema audiovisual, aunque el modo de comprenderlos que se desprende de los argumentos presentes en las notas tiene características particulares. En oposición a las categorías que prevalecen en el marco del encuadre 'interés público sociocultural', se destacan aquí la mirada 'individual' de la libertad de expresión (88,9%), la diversidad de tipo 'reflectiva' (75%) y las economías de escala (51,4%)[377]. En la **Tabla 4.19** se vuelcan algunos ejemplos recogidos de las notas.

Tabla 4.19. Ejemplos de evaluación moral en el marco del *frame* 'Interés público económico- empresarial'. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial.*

	Evaluación moral	
	Valor	**Ejemplo**
	Libertad de expresión	"La Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas (ATA), entidad que nuclea a los canales privados de TV abierta, manifestó su preocupación porque el proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que anunció el Gobierno constituye 'un avance sobre los medios, que no tiene antecedentes en la democracia argentina.'" (*El Cronista Comercial*, 31 de agosto de 2009). "Si se juzgaran los silencios, el mutismo que mostró una decena abogados vinculados con la industria de las telecomunicaciones podría leerse como su aprobación tácita al proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual enviado por la Presidenta al Congreso. Sin embargo, conociendo el paño, lo que se advierte es un ya clásico temor a ejercer el derecho a la libertad de expresión por la amenaza —o sensación de amenaza— de sufrir menoscabos de cualquier tipo." (*El Cronista Comercial*, 8 de septiembre de 2009). "Adepa (...) realizó ayer su 47 Asamblea General, que se lleva a cabo en Salta, en donde el eje central del debate se centró en el cuestionado proyecto de Ley de medios impulsado por el Gobierno. La prensa argentina 'está cercada por múltiples amenazas que alcanzan tanto a los intereses económicos como a los principios permanentes del periodismo, que no pueden ser desconocidos por

	urgencias coyunturales', argumentó durante su exposición el presidente de la entidad, Lauro Laiño. 'No podemos hacer que deje de llover por ley, como tampoco por una ley se puede cercenar la libertad de prensa y las que son su consecuencia, porque la libertad de prensa si no es la madre, por lo menos es la tía de todas las libertades', agregó Laiño". (El Cronista Comercial, 25 de septiembre de 2009).
	"Los puntos polémicos de la Ley del Gobierno. Eliminación de voces: No permite tener cable y TV abierta en la misma zona (art. 45 punto 2, incisos c y d). Esto, sumado a otras cláusulas (art. 25, inciso d y 31, inciso b), obligaría a malvender Canal 13, Telefé y otros canales. Afectación al pluralismo: (la LSCA) restringe la producción de señales nacionales de noticias, permitiendo que los titulares de licencias de cable solo puedan producir lo que se llama 'canal local'". (*El Cronista Comercial*, 17 de septiembre de 2009).
Diversidad	"Tomo dos aspectos para ilustrar este punto. Primero, la insistencia troglodita de imponer porcentajes de producción y música nacional a las emisoras radiales y televisivas y, segundo, la revisión bianual de las licencias y concesiones. Lo primero significa, el desconocimiento palmario de las preferencias de la gente puesto que los ratings atienden a esas demandas a riesgo de perecer." (Ámbito Financiero, 25 de septiembre de 2009).
	"Restringir el legítimo derecho a comercializar publicidad es una forma de limitar a los medios y sus contenidos. El proyecto de ley de medios afecta a la actividad publicitaria, porque condiciona la competencia leal, impide la libre contratación, desbalancea la oferta, distorsiona el mercado de medios a favor de los canales estatales". (*El Cronista Comercial*, 9 de octubre de 2009).
Sustentabilidad del sistema de medios	"Adentrándose en el articulado de la propuesta, otro especialista que optó por el bajísimo perfil remarcó que la prohibición de que una misma empresa sea titular de un canal de televisión abierta y de una empresa de cable constituye algo inédito en el mundo. Asimismo, remarcó que se obliga a los grupos a vender los canales, señales o radios que excedan los topes que fija el proyecto, estableciendo para ello un plazo exiguo que derivará en que las ventas se hagan a precio de remate" (*El Cronista Comercial*, 8 de septiembre de 2009).
	"Inseguridad jurídica: la ley es retroactiva, y por lo tanto inconstitucional. No respeta las licencias de los medios actuales (art. 159)". (*El Cronista Comercial*, 17 de septiembre de 2009).
	"Perjuicio patrimonial. 'ADEPA acompañará las nuevas voces, pero nunca el debilitamiento deliberado del espacio correspondiente a los medios privados, para que terminen dependiendo de recursos oficiales', dijo [Luis Tarsitano, representante de ADEPA]". (*Ámbito Financiero*, 10 de septiembre de 2009).

Fuente: elaboración propia.

Como puede verse en la **Tabla 4.19**, en distintas afirmaciones llevadas a cabo tanto por parte de *speakers* como de periodistas o columnistas, se retoman de distinto modo los valores predominantes en el marco de este *frame*. Los argumentos son evocados en el contenido de los textos, pero no siempre aparecen manifiestamente expresados. Por caso, la libertad de expresión no es —en ningún caso— defendida explícitamente como valor individual. En su lugar, con frecuencia se hace mención a la libertad de prensa y a la potencial amenaza para su ejercicio en el marco del sistema democrático que significaría

la sanción de la LSCA.

En similar sentido al de la libertad de expresión, la diversidad reflectiva no es, por lo general, criticada de modo manifiesto; en cambio, aparece el argumento que sostiene que la reestructuración del sistema que impondrían los límites a la propiedad de licencias o el fomento a la diversidad a partir de la obligación de producir contenidos locales afectaría la pluralidad de voces del sector privado comercial. En relación con ello, el argumento a favor de las denominadas 'economías de escala' no defiende explícitamente la concentración de la propiedad de los medios de comunicación sino que considera que la obligación de desinvertir pondría en riesgo la sustentabilidad o la "seguridad jurídica"[378] de las empresas o grupos de empresas que superan los límites dispuestos por el texto de la LSCA.

La cuarta y última función de los *frames* sugiere un tipo de tratamiento para los problemas, tal como han sido definidos. Es decir, diagnosticar sus efectos más probables o emitir una propuesta de solución para resolverlos. En el marco de este encuadre, la rotunda mayoría de los artículos periodísticos no mencionan ninguna solución o salida al problema (73,5%). Por otra parte, cerca de un 10% de las notas plantean un panorama desalentador, pues se manifiesta no encontrar solución posible. Por último un mínimo porcentaje pronostica la judicialización de la LSCA una vez aprobada. La **Imagen 4.17** ofrece algunos ejemplos del comportamiento de estas dos últimas categorías de la variable 'solución propuesta' en ambos periódicos.

Imagen 4.17. 'Solución propuesta' en el encuadre 'interés público económico-empresarial'. *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*.

ENTREVISTA | Rubén Giustiniani
Senador Nacional

"Con esta ley no se alcanza el paraíso mediático"

El senador socialista votó a favor del proyecto kirchnerista a pesar de ser un referente de la oposición. Admite que la ley puede ser modificada luego del 10 de diciembre pero reclama que eso se haga "con el máximo consenso"

FERNANDO GLORIOSO Buenos Aires

El senador socialista Rubén Giustiniani afirmó que con la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual no "se alcanza el paraíso mediático", pero que tampoco "se termina la libertad de prensa". Estió definir si respaldaría una modificación de la ley después del 10 de diciembre, pero advirtió que "no se trata de que mayorías parlamentarias circunstanciales estén modificando todo tras cada recambio" legislativo.

¿Cuáles son los motivos del apoyo en general del socialismo a

Rubén Giustiniani, senador y Presidente del Partido Socialista

municación como uno de los aspectos más importantes de la democracia del siglo XXI.

Algunas críticas apuntan a que el plazo de desinversión que la ley da a las empresas sólo las pueden

máximo consenso que le dé permanencia en el tiempo. No se trata de que mayorías parlamentarias circunstanciales estén modificando todo tras cada recambio.

Se debe entender que, si el

También, que la ley requiera una mayoría especial parlamentaria para la designación de sus miembros, implicaría una mayor independencia del poder de turno. La

Un país que vive en el pasado

Mannel Mora y Araujo
Analista político. Director de IPSOS Mora y Araujo

El gobierno argentino logró su propósito: el Senado aprobó la nueva ley de medios de prensa. Para que lo sirva es todavía algo incierto. En la perspectiva de la política de poder cortoplacista, el Gobierno puede ver el lado lleno de su botella: demostró que todavía controla al Congreso y que tiene la iniciativa. Pero también es posible ver el lado vacío: el costo de hacer pasar leyes de la manera en que lo hace acumula resentimientos, profundiza el desgaste del Gobierno y erosiona la legitimidad de su liderazgo.

La ley de medios, como la mayor parte de las leyes argentinas, puede mejorar algunas cosas, puede dañar otras que funcionan bien, o bien puede terminar no cambiando nada. Entre el texto sancionado

trecho, un abismo, o la nada. Infinidad de leyes argentinas siguen ese camino, y terminan siendo irrelevantes, llenan de ruido un sistema ya lleno de impuestos, son herramientas para impedir más que normas para ordenar. Esta ley legisla sobre hechos presentes, ciertos, pero vistos desde una perspectiva del pasado. La realidad de los medios de comunicación del siglo XXI se mueve tan velozmente que la mayor parte de lo que ocurrirá dentro de pocos años estará por completo fuera del marco y del alcance de lo que se ha legislado. Así son las cosas para la Argentina: el mundo sigue su camino y nosotros nos vamos quedando atrás.

El futuro político argentino no depende de esta ley, ni de ninguna otra que el Gobierno

quier orden activo de productores de soja, ganaderos, vitivinícolas, azucareros, críticos, para percibir una energía innovadora y una capacidad productiva que sólo ve a estos escenarios de la política como un ruido molesto. Y es así: la política argentina es un ruido molesto para la sociedad.

El kirchnerismo ha tenido éxito en instalar en algunos sectores de la sociedad la urgencia de encarnar un proyecto

yecto con futuro. Y si en aquiera puede ofrecerlo a la izquierda, a estas alturas no puede ofrecerlo a nadie. Kirchner no es Chávez, quien lidera un proyecto. Mucho menos es un Enriquez Ominami, quien se muestra como una opción realmente superadora para una parte de la sociedad chilena que ya no se siente bien representada por fuerzas políticas ampulosas y por dirigentes que huelen más al pasado que al futuro. El kirchnerismo tampoco huele a futuro, pero además es un híbrido.

La única ventaja de Kirchner, la condición que le permite seguir disponiendo de espacio para mantener la iniciativa a pesar de su reciente derrota electoral y su pronunciada declinación en las tasas de aprobación que registran las en

Juristas paladean ola de juicios

➤ *Los constitucionalistas* ***Daniel Sabsay, Félix Loñ y Bernardo Licht*** *advirtieron ayer ante el plenario de comisiones del Senado que la nueva ley de medios podría desatar una ola de juicios contra el Estado.* ***«El proyecto incurre en un excesivo poder otorgado al Poder Ejecutivo y también puede representar una violación a la propiedad privada»****, se quejó* ***Sabsay*** *en referencia al proceso de desinversión de los actuales licenciatarios dispuesto por la norma en su artículo 161.*

«En este proyecto encontramos todos flacos que hacen a la seguridad jurídica, a la legalidad, y a la no discrecionalidad del poder político», señaló ***Sabsay****.*

Por su parte, ***Licht*** *interpretó que* ***«el plazo de un año»*** *que la ley prevé para el proceso de desinversión de aquellos grupos que no se ajusten a las pautas marcadas por la nueva normativa* ***«no debería contarse como un año calendario a partir de la sanción de la nueva ley»****. Y postuló que ese año de plazo debería contabilizarse* ***«una vez que quede constituida la autoridad de aplicación, que demandará tiempo»*** *y una vez que* ***«se establezcan los mecanismos de transición»****.* ***Loñ*** *también advirtió que el actual proyecto* ***«no respeta los plazos de las licencias»****.*

Pero ***Amelia Eliades****, representante de la Facultad de Periodismo de la UNLP, titular de la Cátedra de Derecho a la Información y adjunta de la Cátedra UNESCO de Libertad de Expresión, destacó como un «momento histórico» la discusión del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual. El constitucionalista* ***González Arzac*** *entendió que la iniciativa aprobada por la Cámara baja, que ahora analiza el Senado,* ***«es perfectamente constitucional». «Así como fue superada la dictadura militar, debe superarse la dictadura de los medios de comunicación, que hoy subsiste, y para lo cual esta ley nos da la posibilidad»****, aseveró el letrado.*

EN CONTRA

Los tentáculos del Leviatán

Escribe
Alberto Benegas Lynch (h)
Economista

➤ *Thomas Jefferson ha escrito que «ante la alternativa de contar con un Gobierno y no disfrutar de libertad de prensa frente a la posibilidad de no tener Gobierno, pero contar con libertad de prensa, sin titubear me decido por esto último». En los tiempos que corren, lamentablemente está severamente amenazada la libertad de prensa en muy diversos lares. Los tentáculos del Leviatán se han extendido de modo alarmante en todos no para negocios de papel y otros menesteres muy poco recomendables, ahora se lanza un proyecto de ley digna de una república bananera. Tomo dos aspectos para ilustrar el punto. Primero, la insistencia en la disposición troglodita de imponer porcentajes de producción y música nacional a las emisoras radiales y televisivas y, segundo, la revisión bianual de las licencias y concesiones que, bajo la pantalla de las innovaciones tecnológicas, son en verdad para constatar la fidelidad al libreto gubernamental.*

Fuente: *El Cronista Comercial* (12/10 y 13/10/2009) y *Ámbito Financiero* (25/09 y 30/09/2009).

4.4. Conclusiones del capítulo

El presente capítulo tuvo como objetivo analizar en profundidad los contenidos del tratamiento noticioso que la prensa argentina especializada en economía y finanzas, concretamente *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, hicieron del proceso de debate y sanción de la LSCA entre marzo y octubre de 2009. Para ello, partió de elaborar el andamiaje conceptual y metodológico que, apoyado en el *Framing*, guió el proceso de recolección de los datos y su posterior procesamiento e interpretación.

De modo similar a lo que ocurre en los procesos de creación de políticas de comunicación (Freedman, 2008), la generación, cristalización y circulación de principios organizadores del sentido de las noticias —definidos como *frames*— no puede pensarse como un proceso mecánico. Es decir, como la puesta en marcha de una serie de procedimientos independientes de las condiciones cambiantes que imponen el contexto y la diversidad de actores que participan de él. Por el contrario, se trata de procesos en los cuales intervienen aspectos de lo más variados que se traman de modo complejo y que tienen a la disputa y a la controversia como elementos constitutivos. Así, si bien no se considera que los encuadres identificados en las coberturas de la LSCA se hayan originado en los diarios estudiados, sí se sostiene que estos han funcionado como poderosas claves de organización del sentido de los textos[379].

Tres fueron los *frames* hallados en los diarios: 'disputa político-institucional', 'interés público económico-empresarial' e 'interés público sociocultural'. El primero de ellos, de carácter general, tiene un efecto vigorosamente polarizante en la cobertura: se centra fundamentalmente en el enfrentamiento —o la negociación, según el caso— entre fuerzas políticas opuestas que buscan imponer su voluntad en el Congreso. Esa lógica supera cualquier discusión acerca de los contenidos específicos de la iniciativa que se discutía en el seno del Poder Legislativo. Si bien se trata del encuadre con mayor frecuencia de aparición, por debajo de él se libra otra disputa entre otros dos *frames* que aquí se consideran propios del caso.

El 'interés público empresarial' es el segundo encuadre en importancia y expresa valores e intereses contrarios a los esgrimidos por los defensores de la LSCA como medida de política de comunicación. En este sentido, opone las voces de los *speakers* y actores empresariales a los gubernamentales. Logra imprimir una mirada negativa del proyecto de ley, apoyada esencialmente en una comprensión individual de la libertad de expresión, una postura reflectiva frente a la diversidad y la concepción de una sustentabilidad basada en cierto grado de concentración de la propiedad de los medios de comunicación audiovisual.

El 'interés público sociocultural', por último, sintetiza una postura emparentada con los argumentos sostenidos por la LSCA, como una visión colectiva de la libertad de expresión, abierta de la diversidad y competitiva del mercado de medios. En este sentido,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

los criterios económicos aparecen subordinados a los que promueven el bienestar político y sociocultural. No obstante, la valoración de la iniciativa legislativa no siempre es positiva. En ese marco, se convocan las declaraciones de fuentes pertenecientes al sector de las organizaciones de la sociedad civil, así como del Gobierno nacional, también protagonistas de la acción. Este *frame*, de rasgos opuestos al anterior, es el que registra menor grado de relevancia.

Es preciso señalar otros dos hallazgos considerados relevantes en el tratamiento de la LSCA por parte de la prensa económica. En primer término, se observa que la atribución causal, asociada al tipo de responsabilidad que se les asigna a los protagonistas en el marco de cada encuadre, se desplaza del ámbito institucional hacia el político e individual conforme las arenas en las que se desarrolla la acción se alejan del poder estatal. Concretamente, el *frame* 'disputa político-institucional', reconoce mayormente en las instituciones la responsabilidad por el problema, mientras en el encuadre 'interés público sociocultural' se registra un aumento en los tipos de responsabilidad 'política', 'individual' y 'social'. Finalmente, en el 'interés público económico-empresarial' se destacan los tipos de responsabilidad 'política' e 'individual' por sobre la 'institucional'. De modo inverso a lo hallado por Iyengar (1987)[380] los artículos periodísticos basados en un tratamiento más bien episódico de la información alrededor de la LSCA ubican con mayor frecuencia en las instituciones el origen del problema. En tanto, los que involucran un abordaje más amplio y contextualizado, suelen ubicar con mayor frecuencia en razones políticas o individuales —personalizando, así, las noticias— el origen de la cuestión.

En segundo lugar, interesa destacar el rol de los actores y fuentes provenientes del 'ámbito gubernamental'. Si bien, como se dijo, del análisis de las distintas dimensiones del *standing* no se puede concluir que la postura de este conjunto de actores sea desacreditada explícitamente en las coberturas, el tratamiento que se les otorga va en detrimento de una definición propicia del proyecto de ley de SCA que estos patrocinan en la superficie textual de los diarios.

El tratamiento de los actores de la esfera gubernamental tendió a desacreditar la iniciativa regulatoria por varios motivos: primero, la mayor relevancia de estos actores, como *speakers* y como protagonistas de la acción, se produce en el marco del encuadre cuyos argumentos predominantes no les son afines —'interés público económico-empresarial'—; segundo, el *frame* 'interés público sociocultural', más ligado a la concepción promovida por la LSCA, presenta un menor nivel de relevancia que los otros dos *frames* y una baja participación de los portavoces gubernamentales; finalmente, dichos *speakers* presentan un alto protagonismo en la 'disputa político-institucional', encuadre en el marco del cual la discusión sobre los contenidos del proyecto de ley queda soslayada en favor de la controversia y el dramatismo de las negociaciones entre actores políticos polarizados.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

5. Conclusiones

> Si las personas definen situaciones como reales, estas serán reales en sus consecuencias.
>
> William I. Thomas & Dorothy S. Thomas[381].

A diferencia de la Ley de Radiodifusión creada durante la última dictadura cívico-militar (1976-1983) y reconocida por los gobiernos democráticos que la sucedieron, el anteproyecto de ley de SCA presentado, debatido y aprobado en 2009 subordinó los criterios de crecimiento económico del sistema de medios a valores políticos y de desarrollo sociocultural. Ciertamente, en el texto de la LSCA se tejió un entramado político-legal e institucional del cual se desprende una concepción renovada de aquello que debe entenderse como el 'interés público' en materia de comunicación audiovisual en la Argentina.

La concepción de 'interés público' sintetizada en la norma aprobada en octubre de 2009 entraña un rol protagónico para el Estado en la regulación del sistema de medios. La garantía del ejercicio de la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de voces, así como la creación e implementación de mecanismos orientados a promover, desconcentrar y fomentar la competencia en el sector son algunos de los factores que cobraron relevancia en el texto de la LSCA, así como en las discusiones públicas y mediáticas. En efecto, el debate alrededor de la iniciativa regulatoria trascendió la reducida esfera de los órganos especializados del Estado y de los empresarios del sector para incluir a una compleja red de instituciones de la sociedad civil, universidades, medios alternativos, comunitarios y populares, activistas, organizaciones sindicales y alcanzar, de ese modo, el estatus de problema público (Kitzberger, 2011).

El proceso de discusión de la LSCA se produjo en una coyuntura particular, cuya raíz puede hallarse en el conflicto entre el Gobierno nacional y las principales corporaciones agrarias del país por la implementación de retenciones móviles a la exportación de ciertos productos, en 2008 (Kitzberger, 2014; Loreti & Lozano, 2014; Marino *et al.*, 2012). Esta controversia derivó en un enfrentamiento entre el Gobierno liderado por Cristina Fernández y el *holding* mediático más importante del país, el Grupo Clarín. Como se ha dicho en el **Capítulo 2**, este clima de "crisis" fue percibido por el Gobierno como una puesta en cuestión de la legitimidad de su poder público y fue uno de los detonantes que abrió una ventana de oportunidad (Kingdon, 2014) para el ingreso de la modificación de la Ley de Radiodifusión como un asunto relevante en la agenda gubernamental.

A partir de entonces, se tomó una serie de medidas de políticas de comunicación —entre las cuales se destacó la LSCA, aunque no fue la única— que resultaron inéditas en la historia nacional, tanto por la intensidad que tuvieron como por el protagonismo que cobraron en el espacio público y en los discursos de los medios de comunicación (Becerra &

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Mastrini, 2016).

Más allá del cambio en la “estructura de oportunidad discursiva” (Ferree *et al.*, 2002, p. 24) habilitado por la coyuntura específica, la iniciativa se insertó en un “medioambiente regulatorio” (Papathanassopoulos & Negrine, 2010) que durante los últimos treinta años se había caracterizado por una progresiva adecuación a las necesidades del sector regulado (Mastrini, 2009) en perjuicio de la pluralidad de voces en la esfera pública. La situación había empeorado significativamente durante la década de los noventa, cuando “la trinidad de la privatización, liberalización y desregulación (fue) el mantra de los hacedores de políticas públicas de medios” (Fox & Waisbord, 2002, p. 6). No obstante, los gobiernos posteriores — incluyendo el de Néstor Kirchner (2003-2007)— poco hicieron para revertir estas tendencias.

En la regulación de la radio y la televisión argentinas ha primado históricamente la concepción jurídica del ‘interés público’. Aunque los alcances de la definición nunca han sido manifiestamente expresados, esta se ha formulado en oposición al modelo continental europeo, que lo consideraba un servicio público y, en consecuencia, demandaba una mayor responsabilidad estatal que no era admisible en la Argentina (Loreti, 1995). Coherente con ello, en este país el ‘interés público’ ha sido comprendido fundamentalmente como la mínima intervención del Estado en la organización del sistema privado de radiodifusión (Califano, 2014).

En esta Tesis se retomó la noción de ‘interés público’ a partir de las conceptualizaciones formuladas por un grupo de autores europeos. Aunque se trata de un concepto elástico, vago y complejo (Iosifidis, 2011; Just & Puppis, 2012; Papathanassopoulos & Negrine, 2010), es posible identificar en él aportes para comprender el cambio de paradigma normativo (Becerra & Mastrini, 2016; Elíades, 2015) que encarna la LSCA para la regulación del sector audiovisual.

De los tres tipos de aproximaciones conceptuales al ‘interés público’ originalmente propuestas por Held (1970), se adoptó aquí la del “interés común” (McQuail, 1998; Papathanassopoulos & Negrine, 2010), también denominada “realista” o “pragmática” (Iosifidis, 2011). Desde este punto de vista, aquello que debe entenderse por ‘interés público’ no es la mera acumulación de intereses individuales sino el producto de un proceso deliberativo llevado a cabo en el marco de procesos que lideran las instituciones políticas. Aplicada al campo de la comunicación, la noción es comprendida como un fin general a ser perseguido por la regulación de los medios de comunicación de los Estados democráticos en representación de los ciudadanos que los integran. En este sentido, supone un conjunto de expectativas positivas, así como restricciones para el funcionamiento de los medios (McQuail, 2003).

En tanto objetivo general, el ‘interés público’ puede dividirse, según Van Cuilenburg & McQuail (2003), en sub-objetivos u objetivos específicos que las regulaciones de los medios persiguen y que los autores relacionan con tres tipos de bienestar: ‘político’,

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

‘sociocultural’ y ‘económico’. A la vez, cada uno de estos elementos se define por valores y criterios considerados relevantes en determinados contextos políticos, sociales, culturales y económicos. En la segunda parte del **Capítulo 2** se analizó la LSCA a la luz de la sistematización propuesta por Van Cuilenburg & McQuail (2003). Se seleccionó un valor de cada uno de ellos en virtud de su importancia en el texto de la norma y de su presencia en los debates públicos y en la superficie mediática.

Del ‘bienestar político’, se retomó la libertad de expresión como valor central. Esta constituye un derecho primordial para el funcionamiento del sistema democrático, según establecen los pactos y tratados internacionales reconocidos por la Constitución Nacional. El texto de la LSCA se inspiró en ellos, en una diversidad de instrumentos internacionales, en los sistemas de protección de derechos humanos y en una extensa jurisprudencia en la materia.

La propuesta de la LSCA se distingue de la mirada restrictiva que postula la *free speech tradition*, fundada en exigirle al Estado que se abstenga de llevar a cabo acciones de censura (Loreti, 2009; Loreti & Lozano, 2010, 2014). A estar concepción individual, que reconoce el derecho a hablar, a escribir, así como a utilizar cualquier medio apropiado para difundir el pensamiento al mayor número de destinatarios posible (Corte IDH, 1985), la norma opone una dimensión social o colectiva que tiene por objeto proteger el debate público con amplias oportunidades de expresión de los distintos sectores representativos de la sociedad. En términos de Fiss (1999), el respeto a la libertad de expresión requiere garantizar la igualdad a través de la cual es posible proteger esa libertad, pues no pueden admitirse voces predominantes que acaben por acallar otras menos favorecidas. En esa protección resulta imprescindible el ejercicio activo del poder estatal (Loreti, 2010).

De la multiplicidad de valores y estándares que abarca el ‘bienestar sociocultural’, se han retomado la diversidad y el pluralismo. Se puntualizaron los distintos aspectos de la norma dirigidos a configurar un sistema que promueva la autonomía y la independencia de los medios a través de la variedad de propietarios —pluralismo externo— y la diversidad de contenidos ofrecidos —pluralismo interno— (Doyle, 2002; Labate *et al.*, 2013). En este sentido, se señalaron seis puntos centrales: la entrada de “nuevos” actores, la limitación en la formación de redes, las cuotas de producción local, la reserva de frecuencias, los requisitos de transparencia y el servicio estatal de radio y televisión.

A modo de síntesis teórica, se retomó el criterio de clasificación de la diversidad propuesto por Van der Wurff y Van Cuilenburg (2001), quienes identifican dos grandes tipos de variaciones en los medios: la diversidad reflectiva y la abierta. Ambas pueden aplicarse a las dos clases de pluralismo señaladas más arriba—de propietarios y de contenidos—, y se identifican con dos posturas teóricas y políticas en tensión en cuanto a qué tipo de variedad debe perseguir la regulación y cuál debe ser el rol del Estado al respecto. La diversidad reflectiva mide la capacidad del sistema de medios de adecuarse a las preferencias de los públicos. En este punto, la regulación del Estado es considerada

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

poco necesaria, pues debe limitarse a no obstaculizar las dinámicas de la industria. En cambio, la diversidad abierta procura que todos los temas e ideas que circulan en una sociedad determinada estén representados en los medios, independientemente de los niveles de audiencia que convoquen. De modo similar a lo que ocurre con la dimensión colectiva de la libertad de expresión, la faz abierta de la diversidad supone una fuerte intervención estatal para garantizar el acceso a los medios.

Las disposiciones incluidas en el texto de la LSCA apuntan a promover la diversidad abierta. Estas disponen la ampliación de la variedad de actores en condiciones de acceder a licencias audiovisuales, cuotas mínimas de producción local y la reserva de frecuencias para sectores con menor poder económico y capacidad operativa, independientemente de la demanda que generen en los públicos.

Tanto la libertad de expresión en su faz colectiva como la diversidad abierta, identifican en la concentración de la propiedad una amenaza para la promoción de estos valores. La LSCA contempla, entonces, una serie de mecanismos destinados a limitar los procesos de concentración basados en argumentos políticos y socioculturales. El texto establece la cantidad máxima y las características de las licencias que pueden estar en manos de un mismo propietario y, por otro lado, limita el porcentaje de inserción que los prestadores pueden tener en el mercado total.

Amén de la relación de subordinación que se establece entre los niveles de concentración de la propiedad y los valores propios del 'bienestar político' y 'sociocultural', la concentración también es considerada como un problema para el 'bienestar económico' del sistema de medios. Por esa razón, los aspectos del articulado de la LSCA que están dirigidos a controlarla se fundan, asimismo, en razones de competencia. Ciertamente, el fomento de economías de escala y el consecuente establecimiento de posiciones dominantes, fijan altas barreras de entrada para nuevos jugadores al mercado y afectan la libre competencia considerada necesaria para el funcionamiento del sistema. En este sentido, la LSCA prevé la intervención de la CNDC para prácticas de concentración indebida.

Al argumento que sostiene que la concentración debe limitarse por razones de bienestar político y sociocultural y, en segundo lugar, por razones económicas, se opone otro que afirma prácticamente lo inverso por motivos similares, aunque con preeminencia de los fundamentos económicos. Desde este punto de vista, ciertos niveles de concentración pueden resultar aceptables —y hasta necesarios—, pues las empresas mediáticas de mayor tamaño tienen la posibilidad de ampliar su alcance por contar con mejores capacidades de inversión —es decir, con economías de escala—, lo cual puede ubicarlas en mejor situación para la innovación y para añadir, así, valor a la gama de productos que ofrecen (Doyle, 2002; Llorens-Maluquer, 2001).

En resumen, la libertad de expresión en su faz colectiva, la diversidad abierta y el fomento de la competencia como herramienta para fortalecer la sustentabilidad del sistema

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

de medios conforman una articulación teórica que se entiende en esta Tesis como una síntesis del 'interés público' en la LSCA. Como se ha dicho, el 'interés público' es una noción amplia e imprecisa, de modo que no se pretende blindar su sentido con esta propuesta conceptual. Sí se reconoce en ella una operacionalización posible —incompleta y provisoria— del objetivo general que, según el texto de la LSCA, ha de ser perseguido por la regulación de la comunicación audiovisual.

Tal como sostiene McQuail (1998), aquello que debe entenderse como 'interés público' es construido socialmente en un contexto determinado y fluctúa al tiempo que varían, también, los medios propuestos para alcanzarlo. En ese marco, los medios de comunicación son considerados co-productores públicamente relevantes de la realidad social y política (Silverstone, 2004). Como tales, intervienen en la producción y reproducción de los modos de comprender el 'interés público' junto con una multiplicidad de actores de la esfera política, empresarial y de la sociedad civil, todos ellos con distinto peso en el proceso y entre los cuales se traban diferentes tipos de relaciones.

La presente investigación analizó el tratamiento noticioso que los diarios *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, especializados en economía y finanzas, hicieron del debate y la sanción de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual entre marzo y octubre de 2009. El período bajo análisis se inició poco más de dos semanas antes de la presentación del anteproyecto de ley de SCA por parte de la Presidenta Cristina Fernández y culminó veinte días después de la sanción de la norma en el Senado de la Nación, de modo que abarcó las repercusiones de ese acontecimiento.

Los periódicos estudiados fueron seleccionados por varias razones, entre las cuales se destaca el lugar que ocupan en el campo periodístico argentino. Ambos se especializan en economía y finanzas y cuentan con una larga tradición en el país, aunque han sido poco estudiados en relación con los diarios generalistas. Se partió de la premisa de que —aun no siendo alcanzados por la medida—, el tratamiento del proyecto de ley revistió interés para este tipo de prensa, dado que se propuso (re)configurar y modelar el funcionamiento del sistema mediático que los propios periódicos integran, en un contexto de histórico predominio de la lógica comercial (Mastrini, 2009) y de concentración de la propiedad, en sentido horizontal, vertical y conglomeral (Becerra & Mastrini, 2009). En efecto, el renovado vínculo que el proyecto formuló entre los valores políticos, socioculturales y económicos fue un aspecto clave en el proceso de debate político y mediático.

La investigación se inscribió conceptualmente en el *Framing*, entendido como un programa de investigación integral y multiparadigmático (D'Angelo, 2002, 2012; Matthes, 2012) de las comunicaciones mediáticas. Desde esta perspectiva, se combinaron elementos de distintos paradigmas y teorías del campo de la comunicación que permitieron abordar los contenidos noticiosos desde una mirada amplia, incorporando aspectos de la instancia productiva de la información.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

A continuación, se presentan los aportes que se pretendió hacer en términos teórico-metodológicos y los principales hallazgos empíricos del trabajo de campo en función de los objetivos propuestos. Finalmente, se mencionan las limitaciones y dificultades que se han presentado a lo largo de la investigación y se trazan algunas líneas para futuras indagaciones en base a los avances alcanzados.

Aportes teórico-metodológicos

En la introducción de esta Tesis se desarrollaron los ejes centrales de la investigación: sus objetivos, la perspectiva teórico-epistemológica desde la cual se formularon y la estrategia metodológica tramada para alcanzarlos. En ese contexto, el *Framing* funcionó como un amplio paraguas conceptual, pues se lo concibió como un programa multiparadigmático que aporta herramientas para analizar el proceso de la comunicación de los *mass media* de manera integral.

A partir de la "síntesis paradigmática" (Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014) propuesta por Reese (2010), se adhirió a la mirada crítico-constructivista, que retoma elementos de estos dos paradigmas. Desde esta perspectiva, las herramientas que los actores sociales en general y los medios en particular utilizan para estructurar la realidad y volverla comunicable son usualmente controladas por las elites en la reproducción de su dominio discursivo. No obstante, estos sentidos forman parte de una comprensión generalizada de los temas políticos y de la cultura cotidiana (Gamson, 1992; Gamson & Modigliani, 1989) que los hacen efectivos. En otras palabras, conforman paquetes de recursos simbólicos que colaboran en la interpretación de los asuntos públicos (Reese, 2007).

Se partió de cuatro premisas básicas que conforman el "núcleo duro" del *Framing* como programa de investigación y que guiaron la exploración teórica y metodológica (D'Angelo, 2002; Matthes, 2012). En primer término, se entiende a los *frames* como unidades temáticas que son transportadas por diversos dispositivos textuales insertos en las noticias. En segundo lugar, son claves discursivas que actúan como causas primeras, capaces de moldear los distintos niveles de la realidad e impactar en el conocimiento, en la socialización individual, en la formación de la opinión pública y en la utilización que determinados grupos hacen de los medios para lograr sus objetivos. Tercero, funcionan como esquemas individuales y marcos sociales insertos en el discurso (Van Gorp, 2007). Por último, moldean los diálogos públicos alrededor de cuestiones políticas (D'Angelo, 2002).

Con la pretensión de indagar en las formas específicas que estos fenómenos cobraron en el marco del objeto de estudio de esta Tesis, se hizo necesario avanzar en dos direcciones que resultaron complementarias de la tercera, el análisis de contenido de los textos noticiosos. La primera vía de exploración se orientó a conocer en profundidad el

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

proceso de debate y aprobación de la LSCA con el propósito de extraer de él los aspectos teóricos y contextuales más relevantes, alrededor de los cuales se organizó la discusión de esta medida de política de comunicación. De allí se retomó la noción de 'interés público' mencionada más arriba, que funcionó como concepto ordenador de la teoría sustantiva a la luz de la cual se analizó el texto de la LSCA (Sautu, 2003): los estudios de políticas públicas de comunicación. En parte, esta etapa del trabajo estuvo guiada por un razonamiento abductivo que orientó la mirada hacia algunos rasgos de la norma, con la pretensión de conectarlos con una serie de regularidades observadas en los rasgos de los diarios y en sus coberturas de este *issue*.

La instancia productiva de los mensajes noticiosos constituyó la segunda vía de entrada. Se profundizó en los periódicos, unidades de contexto de la investigación. Concretamente, se indagó en aspectos macro —el sector de la prensa gráfica en la Argentina y los rasgos de los diarios especializados en economía y finanzas—, meso —las características específicas de la historia y la actualidad de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, su estructura de propiedad, tirada y perfil editorial— y micro —el trabajo periodístico concreto y la organización de la cobertura de la LSCA—. El análisis de estos aspectos estuvo guiado por un corpus de conceptos propios del *Framing* y del *Newsmaking* y se recurrió a entrevistas cualitativas semi- estructuradas (Edwards & Holland, 2013) realizadas a periodistas, editores y directivos de ambos periódicos, así como al análisis de fuentes documentales. Esta indagación fue funcional a los objetivos de la Tesis, de modo que se recogieron de ella insumos para el análisis de las coberturas.

La tercera instancia del estudio profundizó en los contenidos noticiosos. Allí se elaboró el andamiaje conceptual y metodológico para el análisis de los textos, que se creó y robusteció a partir de los hallazgos de las otras dos instancias. El criterio con el que las tres fases de la investigación se ordenaron en la Tesis se corresponde, en cierto sentido, con el avance cronológico de la investigación. Sin embargo, debe mencionarse que ninguna de estas etapas pudo finalizarse por completo antes de iniciar la siguiente. Ello fue así porque los hallazgos producidos en cada una de ellas obligaron, en muchas oportunidades, a revisar y reformular los avances de las otras. Por citar un caso, los datos recogidos del análisis de los portavoces de la información en las coberturas obligaron a repreguntarles a algunos de los entrevistados acerca de la relación con sus fuentes.

Retomando la instancia de la investigación que analizó los contenidos noticiosos, la base teórico-metodológica se fundó en el *Framing*. En este sentido, se conceptualizaron las nociones *standing, frame* y *framing* como herramientas teóricas fundamentales para analizar la organización de los sentidos en la superficie de los textos. La incorporación de estas nociones permitió indagar en las huellas que la producción de las noticias sobre el caso dejaron en los textos y, en esa línea, los modos de encuadrarlo que estos construyeron y proyectaron.

La idea de *standing*, originalmente desarrollada por Ferree *et al.* (2002) fue traducida

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

aquí como ‘crédito’. Con ese término, los autores se refieren a la capacidad de un actor —individual o colectivo— de tener voz en los medios de comunicación. En términos empíricos, son los periodistas, a partir de sus percepciones acerca de quiénes son las personalidades clave alrededor de determinada cuestión, los encargados de otorgar “crédito” y de dejarlo plasmado en las noticias. El reconocimiento de los actores relevantes sobre un tema está relacionado con tres tipos de elementos: aspectos institucionales y culturales, normas y prácticas del ejercicio del periodismo y características propias de los actores identificados como fuentes.

En relación con lo anterior, la teoría del *Indexing* formulada por Bennett (1990, 1996, 2012) sostiene que las organizaciones mediáticas tienen una tendencia a adaptar la variedad de puntos de vista de una historia a las perspectivas dominantes de los funcionarios o instituciones políticas capaces de influir en el desarrollo de los hechos. Es decir que las fuentes oficiales no solo son las más importantes en los textos sino que la organización de los temas y los puntos de vista sobre ellos son coherentes con los promovidos por ellas.

En esta Tesis, se argumentó que la sola visibilidad de ciertas fuentes no puede ser interpretada como indicadora del predominio de su punto de vista sobre los hechos relatados sino que deben ser consideradas otras dimensiones relevantes para afirmar su influencia en las coberturas. En efecto, se propuso que la obtención de *standing*, entendido como la oportunidad de constituirse en portavoz de determinada visión de los hechos noticiosos en los medios y, consecuentemente, de influir en la construcción que se hace de ellos, requiere de cuatro condiciones. Estas son: la visibilidad, la cita, que la nota no emita valoraciones negativas sobre el discurso utilizado por la fuente para expresarse sobre determinado tema y, por último, que su ‘evaluación moral’ del caso no sea contradictoria con la sostenida en la nota. Cada una de estas variables fue conceptualizada y operacionalizada en el *codebook* para el análisis de contenido de los textos, en el **Capítulo 4**, constituyendo uno de los aportes teórico-metodológicos de la Tesis.

En cuanto a la noción de *frame*, se ha adoptado como definición conceptual la elaborada por Reese (2001). Esta permitió definir de modo comprensivo, aunque provisionalmente, el proceso comunicacional desde la perspectiva del Encuadre tal como fue entendido aquí. Asimismo, resolvió la acusación que muchos autores hacen cuando sostienen que la multiplicidad de las definiciones de *frame* y *framing* ha puesto en problemas a esta corriente (D’Angelo, 2002).

La definición conceptual de Reese (2001) —de carácter más general— fue complementada con una definición operacional de “encuadrar” (*to frame*) en la comunicación mediática, formulada por Entman (1993) y muy frecuentemente citada en la literatura sobre encuadres noticiosos. En ella fue posible identificar una serie de elementos que funcionan como nexos o puentes con el “plano observacional”, es decir, el de los datos

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

(Sautu, 2003).

Mediante ese proceso analítico, se procuró volver transparente el recorrido que separa la comprensión teórica del fenómeno, de los pasos concretos y operativos que deben ponerse en marcha para el reconocimiento y análisis de los encuadres noticiosos en el trabajo empírico. Esta brecha ha sido señalada por varios autores que observan una falta de claridad en el abordaje metodológico de los trabajos sobre *framing* (Matthes, 2009). De hecho, la pluralidad de aplicaciones de la teoría ha resultado en una diversidad de métodos para identificar y analizar *frames*, aun cuando se parte de las mismas definiciones y cuando se denomina "análisis de contenido" a la técnica utilizada (David *et al.*, 2011). Matthes & Kohring (2008, p. 260) llamaron "caja negra metodológica" al proceso opaco de identificación de *frames*.

En la operacionalización de la definición de Entman confluyeron diversas instancias analíticas: la lectura crítica de bibliografía precedente (David *et al.*, 2011; Koziner, 2015a; Matthes & Kohring, 2008), el diálogo entablado con los estudios de políticas de comunicación en el análisis de la LSCA, la indagación en los diarios y en su instancia productiva de la información y, por último, la inmersión cualitativa a una muestra del corpus de noticias bajo análisis (Neuendorf, 2002). Del producto de estas actividades de diversos grados de complejidad emergieron las "variables críticas" (Igartua, 2006a) que conformaron el libro de códigos para el análisis de contenido. La recolección de los datos, también denominada codificación, fue llevada a cabo de modo manual.

El procesamiento de los datos combinó el análisis estadístico asistido por el *software* IBM SPSS *Statistics* con una aproximación de tipo cualitativa. Mediante el primero fue posible conocer el comportamiento de variables, tanto formales como de contenido, y hallar —a partir de un conjunto de indicadores manifiestos— las dimensiones latentes que subyacen en los textos, es decir, los encuadres. Estos son comprendidos como variables dependientes, pues constituyen los aspectos o atributos del caso que la investigación se propone identificar (Ragin, 2007). Para hacerlo, la técnica estadística utilizada fue el análisis de conglomerados o *clusters*.

En términos metodológicos, el tipo de abordaje que combina procedimientos manuales con el análisis de *clusters* computarizado presenta un mayor nivel de fiabilidad: "cuanto más manifiesta sea una variable [para su codificación], mayor es su confiabilidad" (Matthes & Kohring, 2008, p. 264). Por otra parte, a diferencia de los abordajes deductivos, que rastrean la presencia o ausencia de indicadores de *frames* establecidos de antemano, es posible detectar la emergencia de nuevos encuadres o encuadres específicos del caso.

Además de aportar fiabilidad, el estudio provee mayores niveles de validez. Esto es así porque precisar operacionalmente los elementos que integran la definición teórica conduce a una mayor comprensión de aquello que se mide. Luego, los *frames* son sugeridos empíricamente por un método inductivo de agrupamiento de variables.

Los hallazgos del análisis estadístico —frecuencias, co-ocurrencias y

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

conglomerados—, fueron complementados con los datos provenientes de una aproximación cualitativa que dotó al análisis de mayor densidad conceptual (Van Gorp, 2007). En otras palabras, para examinar los encuadres dominantes en un texto informativo fue menos importante el contenido manifiesto que las revelaciones interpretativas que los atienden (Aruguete, 2010). Ciertamente, la creación de los *frames* de la LSCA no se ciñó a identificar los atributos presentes en los textos; en cambio, procuró ponerlos en relación con el contexto en el cual dichos textos fueron producidos, incluyendo la influencia del poder en ese proceso (Carragee & Roefs, 2004).

En los últimos aspectos desarrollados se sitúan otras dos contribuciones teórico-metodológicas de esta Tesis. En primer lugar, el hecho de trazar líneas de diálogo conceptual con los estudios de políticas públicas de comunicación representa un avance novedoso en el marco de la tradición de los estudios de *Framing*. Como producto de este intercambio, se aportaron dos encuadres específicos para el análisis del tratamiento mediático de la LSCA, que podrán ser abordados —y, eventualmente, redefinidos— en trabajos ulteriores: el 'interés público sociocultural' y el 'interés público económico-empresarial'.

En segundo lugar, se ha procurado considerar las múltiples influencias que intervinieron en la producción de los encuadres noticiosos y, en ese marco, en el crédito otorgado a los actores que participan de los procesos políticos. En efecto, el tercer encuadre creado, 'disputa político- institucional' emergió con mayor fuerza a partir del análisis de las dinámicas productivas de las noticias y del enfoque de los periodistas a cargo de las coberturas y, muy en menor medida, de la especificidad del caso analizado.

Principales hallazgos del trabajo empírico

Como se ha mencionado, el objetivo de la Tesis fue analizar el tratamiento noticioso que la prensa económica argentina —concretamente, *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*— hizo del proceso de debate y sanción de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual durante el período marzo-octubre de 2009. En términos específicos, se propuso examinar la relevancia informativa que adquirió el caso, las fuentes de información utilizadas y los niveles de crédito otorgados a las más importantes, crear y analizar los encuadres propios de la cobertura del caso, indagar en el tratamiento de los actores e identificar las características diferenciales de cada uno de los periódicos examinados.

Relevancia informativa de la LSCA en la prensa económica

El análisis partió de la presunción de que la relevancia informativa que adquirió el caso estuvo relacionada con el uso de una serie de dispositivos formales que jerarquizaron

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

este asunto en la superficie textual de los diarios y que funcionaron con mayor fuerza en los tramos de altos niveles de polémica. Esta hipótesis fue comprobada en el trabajo empírico: la ubicación de las notas, el tamaño, la frecuencia de publicación y la disposición de la información no fueron uniformes a lo largo del período estudiado.

La LSCA fue considerada un “evento crítico” (Pride, 1995), pues constituyó una medida de política de comunicación novedosa que motivó la atención mediática y pública e invitó a una definición colectiva. Esta última fue objeto de controversias que fueron abordadas —aunque parcialmente— en las coberturas y que se expresaron como picos en la frecuencia de publicación. A partir de estos eventos, se periodizó el caso en cuatro fases de distinta duración e importancia en función de los acontecimientos que incluyó cada una.

La primera fase abarcó la presentación del anteproyecto de ley de SCA y el debate público en los FPCP y se extendió por veintiséis semanas —entre el 18 de marzo y el 28 de agosto—, que culminaron con el envío del proyecto de ley al Congreso por parte del PEN. La segunda refirió al tratamiento de dicho proyecto en la Cámara de Diputados y se desarrolló en tres semanas —del 31 de agosto al 18 de septiembre—: desde el inicio del debate en las comisiones hasta la media sanción de la norma. La tercera fase, por su parte, se correspondió con los debates en el Senado y se extendió por tres semanas —entre el 21 de septiembre y el 9 de octubre—. Finalmente, la cuarta abarcó las repercusiones de la aprobación de la LSCA y se desarrolló a lo largo de las últimas tres semanas del período —entre el 12 y el 30 de octubre—.

Del análisis de las etapas surgió que, efectivamente, los eventos de alto nivel de controversia recibieron mayor atención por parte de los diarios. Pero la polémica no fue el único criterio de relevancia. Tanto *Ámbito* como *El Cronista* se centraron, fundamentalmente, en aquellos acontecimientos desarrollados en el marco de la arena legislativa y de la ejecutiva —en menor medida, también de la empresaria—. De hecho, la segunda y la tercera etapa condensaron casi el 70% de las notas que integraron la cobertura total del caso: durante esas seis semanas, las notas fueron publicadas en espacios de mayor visibilidad, tuvieron una extensión más larga en relación con el resto del período y una mayor proporción de ellas llevaron firma, lo cual sugiere un mayor nivel de producción de la información por parte de los periodistas.

En cambio, las coberturas reservaron un espacio muy menor para los debates acontecidos en la arena de la sociedad civil. Estos hallazgos fueron reforzados por los datos recogidos de las entrevistas, de donde surgió que los aspectos relacionados con los debates públicos y con la intervención de las organizaciones sociales revestían un muy bajo interés periodístico para los temarios de los diarios económicos por razones editoriales, logísticas y presupuestarias, en ese orden de prioridades.

Otro aspecto relacionado con la importancia que cobraron los acontecimientos de la LSCA se relacionó con una cobertura centrada en hechos concretos y casos particulares, con un predominio de las notas del género informativo, situadas en los espacios de mayor

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

visibilidad. Estos rasgos se acentuaron en los momentos en que la polémica se recrudecía, pero no se mantuvieron en el tiempo. Por esa razón, se consideró que el tratamiento del fenómeno fue eminentemente "episódico", en detrimento de un abordaje "temático" de los asuntos (Shanto Iyengar, 1991), que habría implicado un desarrollo contextualizado y de mayor nivel interpretativo. Al respecto, se observó en *El Cronista* una tendencia a ceder la lectura de los hechos relacionados con el fenómeno a actores —periodistas, políticos e intelectuales— que no pertenecen al *staff* de los diarios (Koziner, 2015a).

Fuentes de información y *standing*

La primera característica que surge del análisis de las fuentes es la significativa cantidad de notas del género informativo que no menciona ningún portavoz de los datos publicados. No obstante, ello no quiere decir que no haya habido ningún individuo o institución proveedora de información. Pero, en los términos del *standing*, estos no han obtenido visibilidad, primer requisito para ser reconocidos como portavoces legítimos en los medios.

Cuando se citaron uno o más *speakers* en las notas, la visibilidad que cobraron varió en función de la evolución temporal del caso y de los tópicos alrededor de los cuales se desarrollaron los acontecimientos noticiosos del fenómeno. En cuanto al primer aspecto, se observó que — contrariamente a la afirmación de Bennett (1996) que sostiene que la pluralidad de voces aumenta conforme lo hacen los niveles de polémica— las fuentes oficiales superaron por mucho a las no oficiales durante la segunda y la tercera fase del caso, que fueron las de mayor relevancia.

Respecto de los tópicos, se observó un amplio predominio de las fuentes estatales en los tres más frecuentes y controvertidos: 'negociaciones políticas de las partes involucradas', 'tratamiento del proyecto en el Congreso' y 'rasgos generales del proyecto / de la LSCA'. En sintonía con lo sostenido por la hipótesis del *indexing*, el rango de fuentes y puntos de vista consultados acerca de los tópicos de mayor importancia estuvieron afianzados en los círculos de decisión oficial, independientemente del poder del Estado al que pertenecieran y de la postura que hubieran expresado acerca de la iniciativa regulatoria.

Además de la visibilidad y la cita, se consideró la valoración de las fuentes como la tercera dimensión para evaluar el *standing* que adquirieron en las coberturas. Se concluyó, sin embargo, que este aspecto no aportó información relevante en ese sentido, pues la amplia mayoría de los *speakers* no fueron valorados de modo definido. Coherentemente con lo expresado por algunos de los entrevistados, las relaciones "transaccionales" y "simbióticas" (Bennett, 1990) que los periodistas suelen establecer con sus fuentes —especialmente con las oficiales— en su labor cotidiana, vuelve menos plausible la idea de que los primeros descalifiquen explícitamente a los segundos, pues se ven inducidos a preservar esa relación.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Dentro de las fuentes oficiales, se destacó el protagonismo de las pertenecientes al 'ámbito gubernamental'[382], promotoras del proyecto de ley. Estas fueron las que alcanzaron mayor visibilidad en las coberturas de ambos diarios. En relación con ello, el análisis de la participación de estos actores como portavoces del proyecto de ley de SCA partió de la hipótesis de que dicha visibilidad no había estado asociada a una valoración positiva ni a su capacidad de instalar la propia 'evaluación moral'. La presunción fue confirmada en el análisis de contenido: mientras la valoración de estas fuentes fue mayormente ambigua o indefinida, la consideración de los valores que hicieron del 'interés público' presentó una baja frecuencia de publicación. Más aun, cuando estas fuentes mencionaron alguno de los valores en los textos, las notas tendieron a adherir a lo sostenido por ellas en los pocos casos en que su postura fue en sentido inverso al proyecto de ley y a no hacer mención a los valores cuando estos fueron en línea con lo sostenido por la propuesta normativa.

A excepción de las fuentes pertenecientes a la 'sociedad civil', el resto de los *speakers* presentó un mayor grado de congruencia con lo expresado en las notas. En el caso de la oposición política en el Congreso, cuyos argumentos fueron predominantemente contradictorios con los valores defendidos por el texto del proyecto, los periodistas no se expresaron en relación con ellos o reforzaron los argumentos sostenidos por las fuentes. Algo similar sucedió con las empresas de medios, por lo general, partidarias de una postura totalmente opuesta al proyecto de ley: no se las contradijo prácticamente en ningún caso; más bien, los periodistas tendieron a reforzar los valores sostenidos por las fuentes del sector empresario. En definitiva, se observó un mayor nivel de correlación entre la evaluación moral de la 'oposición en el Congreso' y del 'sector empresario' y la sostenida en la nota, más allá de que ambos presentaron una menor frecuencia de aparición que los actores del 'ámbito gubernamental".

Finalmente, en el caso de los actores pertenecientes al heterogéneo grupo de la 'sociedad civil' se observó que la baja frecuencia de aparición como fuentes de información coincidió con un menor grado de coincidencia entre la evaluación moral de la LSCA que expresaron las citas a este grupo de *speakers* y la sostenida por el autor de la nota. En otras palabras, se observó un menor nivel de *standing* en todas sus dimensiones.

Los encuadres de la LSCA en la prensa económica

En el apartado referido a los aportes teóricos y metodológicos, se mencionaron los encuadres creados para analizar el tratamiento de la LSCA en la prensa económica y los insumos que las distintas instancias del proceso investigativo proveyeron para alcanzar este objetivo. En relación con ello, interesa detenerse aquí en dos aspectos centrales: la potencialidad explicativa de cada uno de los *frames* y los roles que han desempeñado en la organización de la información publicada durante el período examinado.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Si bien los tres *frames* elaborados son considerados específicos del caso y se los ha formulado luego de un proceso que incluyó razonamientos de carácter abductivo, inductivo y deductivo, el encuadre 'disputa político-institucional' posee un mayor grado de generalidad en virtud de que sus componentes no pertenecen específicamente al asunto analizado. Estos se relacionan con el tratamiento legislativo del proyecto de ley de SCA. Es decir, con las dinámicas del juego democrático, más allá del contenido del proyecto y de cuáles son los intereses en disputa. En este sentido, se consideró que su presencia podría rastrearse en las coberturas de los debates de diversas iniciativas de relevancia en las cámaras del Congreso.

Tal como se sugirió, la 'disputa político-institucional' estuvo presente en las interpretaciones del proceso que hizo buena parte de los entrevistados que cubrieron el caso: el marco institucional dispuesto para el debate alrededor del proyecto de ley de SCA fue presentado como el escenario de una controversia entre fuerzas políticas antagónicas que integraban dos de los tres poderes del Estado y en la cual subyacía un enfrentamiento más intenso entre el Gobierno nacional y el Grupo Clarín. Son esta disputa y sus implicancias político-partidarias las que cobraron protagonismo, más que el contenido de la medida de política pública que se debatía en el Congreso.

Los *frames* 'interés público sociocultural' e 'interés público económico-empresarial', en cambio, abordan aspectos específicos del caso bajo estudio en esta investigación. Se observó, además, otra diferencia con la 'disputa político-institucional': si en este último encuadre el componente de polémica fue constitutivo, en los otros dos la controversia se produjo entre ellos. Así, se comprueba la hipótesis planteada en la introducción de esta Tesis, que sostuvo que los encuadres de la LSCA evidenciaron una disputa en la conceptualización de ciertos valores vinculados con la noción de 'interés público'. En términos generales, puede afirmarse que mientras el *frame* 'interés público sociocultural' condensó los argumentos consonantes con el planteo de la LSCA —aunque no necesariamente de apoyo a la iniciativa—, el 'interés público económico-empresarial' expresó la postura contraria, afín al sector de las empresas de medios y predominante en términos de importancia.

La evolución temporal de los encuadres hallados no fue homogénea, como tampoco lo fue la importancia que adquirieron en la superficie de los diarios, aunque los tres estuvieron presentes durante todo el período. El comportamiento del *frame* 'disputa político-institucional' fluctuó de modo concomitante con la frecuencia general de la LSCA y predominó en las notas del género informativo, de abordaje fundamentalmente episódico. Este tipo de aproximación, más centrada en eventos concretos originados en el desarrollo del debate legislativo se caracterizó por un alto grado de controversia y dramatismo (Aruguete, 2011b). En efecto, definieron los hechos que obtuvieron valor noticioso por su espectacularidad.

En tanto, el 'interés público económico-empresarial' presentó su pico más alto al

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

inicio del proceso y fue decreciendo conforme avanzaban las semanas. En *Ámbito Financiero*, este encuadre se expresó con mayor frecuencia en los artículos informativos, mientras en *El Cronista Comercial* se distribuyó equitativamente entre las notas de género informativo y las argumentativas; especialmente, las columnas de colaboradores externos.

Finalmente, el encuadre 'interés público sociocultural' fue el de menor nivel de aparición en términos generales y se destacó en recuadros y —en menor medida— en artículos del género argumentativo, como entrevistas o notas de opinión. No obstante, su frecuencia se mantuvo relativamente estable durante las fases de mayor relevancia del caso. No fue casual que este último encuadre hubiera sido el menos relevante, habida cuenta de que, coherentemente con lo sostenido por la LSCA, propuso una visión renovada acerca de cómo debía evaluarse moralmente la regulación en comunicación audiovisual. En este sentido, era contradictoria con la tradición normativa argentina del campo, más favorable a la lógica comercial de funcionamiento.

Además de los hallazgos específicos, interesa recalcar un factor ya señalado que alude a rasgos más generales de los *frames*: la creación, cristalización y circulación de estos principios que organizan el sentido de las noticias constituyen el producto de procesos en los cuales se traman distintos aspectos —políticos, económicos, culturales— que exceden a los contenidos, aunque se plasman en ellos. En efecto, los encuadres son principios persistentes que atraviesan todas las instancias de la comunicación y que deben ser compartidos en algún nivel por las sociedades en las cuales se desarrollan para ser significativos y comunicables. Debe tenerse en cuenta, entonces, que aunque no se considera que los *frames* de las coberturas de la LSCA se hayan originado en los diarios analizados, han funcionado como poderosas claves de organización del sentido en los textos.

Tratamiento de los actores

El tipo de tratamiento que recibieron los actores involucrados en el caso fue analizado en el marco de los tipos de 'atribución causal' predominantes en los encuadres que organizaron las coberturas. En sintonía con lo afirmado por Iyengar & Kinder (1987), se consideró que el grado de visibilidad de un individuo o institución está en estrecha relación con el grado de responsabilidad que se le atribuye.

En términos globales, los actores protagonistas de la acción relatada en las notas coincidieron con las fuentes principales. Se observó una tendencia general a presentar a los actores en términos institucionales y, en esa línea, hubo una sobrerrepresentación de los actores estatales. Ciertamente, los más mencionados en las coberturas pertenecían al Poder Legislativo o al PEN y fueron presentados con atribuciones institucionales. En este sentido, el tipo de responsabilidad adjudicada a los actores se desplazó del ámbito institucional hacia el político e individual conforme las arenas en las que se desarrollaba la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

acción se alejaban del poder estatal.

Las notas encuadradas como ‘disputa político-institucional’ fueron las que presentaron el más alto grado de institucionalización en el tratamiento de los actores, que fueron presentados en términos polarizados —enfrentando a actores del oficialismo con los de la oposición política—. Este factor se relacionó con el “sesgo de trastorno de autoridad” (*authority-disorder bias*) (Bennett, 2012), pues se ha observado un fuerte énfasis de las noticias en las acciones de las autoridades; en concreto, en si tomaban las riendas de los asuntos o si perdían el control, si ganaban, perdían o negociaban. Coherentemente con los rasgos de este encuadre, no fueron tan importantes los detalles del debate de la política pública como los términos dramáticos y controversiales en los que esta se llevó a cabo. Aunque se reconoció a las instituciones como responsables y causantes de que el sistema siguiera adelante y cumpliera con sus obligaciones democráticas, la atención se centró en la pelea y el desacuerdo entre funcionarios, así como en las negociaciones políticas llevadas a cabo para resolver el conflicto.

Por otra parte, se señaló el componente de atribución individual presente en aquellas notas protagonizadas por actores pertenecientes a la esfera gubernamental —la Presidenta CFK, miembros del Gabinete nacional y Néstor Kirchner— como causantes de los acontecimientos. Así, se observó una tendencia a que las historias relatadas giraran alrededor de los actores y de sus intenciones, más que de los eventos en sí, fenómeno denominado “personalización de las noticias” (Bennett, 2012). Como producto de este “sesgo”, se tiende a desestimar el rol que desempeñan los factores contextuales (Shanto Iyengar, 1991) en el desarrollo de las cuestiones políticas.

El grado de personalización de los actores pertenecientes al ‘ámbito gubernamental’ se acentuó en el marco de los encuadres específicos de la LSCA, en los cuales se destacó además la atribución político-partidaria. Así, la pelea política, fundada en motivos personales y/o partidarios, se jerarquizó incluso en aquellas notas que abordaron los efectos concretos que la medida de política pública tendría en el funcionamiento del sistema de medios audiovisuales. No obstante, este fenómeno no se mantuvo para el tratamiento de todos los actores. Por caso, en los artículos protagonizados por miembros del sector empresario cobró mayor relevancia el tipo atribución institucional, haciendo énfasis en el rol que las instituciones desempeñaron en el desarrollo del problema y en su posible resolución.

En síntesis, el análisis del tratamiento de los actores de la LSCA permitió corroborar parcialmente la hipótesis planteada en el capítulo introductorio de la Tesis, pues la tendencia a la personalización de las noticias no fue generalizada para todos los actores ni uniforme en el marco de todos los encuadres. Dicha tendencia se centró en aquellas noticias protagonizadas por actores del ‘ámbito gubernamental’, promotores de la iniciativa regulatoria, y fue más acentuada en los encuadres específicos del caso. Este fenómeno fue en desmedro de la propuesta, pues se hizo mayor hincapié en las intenciones

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

individuales y político-partidarias que en el debate institucional y colectivo alrededor de la norma, así como en los consensos necesarios para su aprobación. El mote 'Ley de medios K', utilizado frecuentemente por ambos matutinos, sintetizó esta mirada del fenómeno.

Diferencias en las coberturas de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*

El análisis comparativo de los diarios partió de la presunción de que ambas coberturas presentarían similitudes en términos formales y sus mayores diferencias estarían en los niveles de *standing* otorgados a las fuentes y en comportamiento de los *frames* con los que definieran a la LSCA. Esta hipótesis se comprobó parcialmente.

La relevancia y la evolución temporal del caso fueron relativamente homogéneas en los dos periódicos. En ambos se identificaron las mismas fases de desarrollo y se abordaron los mismos acontecimientos alrededor del caso. En términos de Eilders (2000), la "centralidad" de la LSCA fue similar, pues se observó una correspondencia formal y temática entre ellos. Las notas fueron publicadas mayormente en 'Economía & Política' y se condensaron en la segunda y tercera etapa, cuando el proyecto de ley fue debatido en las cámaras del Congreso. Si bien se observaron algunas diferencias, estas no fueron significativas en términos formales y respondieron, más bien, a cuestiones estilísticas —por caso, el mayor uso de ilustraciones y la menor cantidad de fuentes citadas en *Ámbito* o la separación más clara entre los géneros argumentativo e informativo en *El Cronista*—.

Tampoco se observaron divergencias importantes en los niveles de crédito otorgados a las fuentes. Sin embargo, la tendencia al uso de fuentes oficiales fue más acentuada en *Ámbito Financiero*. A excepción de la primera etapa del caso, cuando los tipos de fuentes estuvieron equilibrados, en este diario fueron los actores estatales quienes adquirieron mayor visibilidad como portavoces de la información. En *El Cronista Comercial*, en cambio, la brecha fue menor, pero se observó que durante las etapas de mayor relevancia y polémica, disminuyó la proporción de citas a fuentes 'no oficiales'. Así, se invirtió la premisa que sostiene que la presencia de este tipo de fuentes es directamente proporcional a los niveles de controversia: por el contrario, el foco de la cobertura estuvo centrado en la palabra de funcionarios e instituciones del Estado, especialmente durante las etapas de mayor dramatismo.

Las mayores divergencias se presentaron en el comportamiento de los tres encuadres creados, pues allí se observaron las huellas del perfil editorial de los diarios. En *Ámbito Financiero* predominó ampliamente la 'disputa político-institucional'. En tanto, los otros dos encuadres, de menores niveles de aparición, presentaron un comportamiento similar entre ellos.

En cambio, *El Cronista Comercial* ofreció una cobertura globalmente más heterogénea respecto de los modos de encuadrar el debate alrededor de la LSCA. Aunque predominó el *frame* 'disputa político-institucional', el 'interés público sociocultural' y el 'interés público

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

económico-empresarial' también fueron relevantes. Especialmente, este último encuadre, que se destacó en las notas del género argumentativo y, dentro de estas, en los editoriales. En sintonía con lo que sostiene Eilders (2000), los contenidos de los editoriales desempeñan un papel distinto que las noticias en las definiciones de los temas, en tanto gozan de una mayor independencia de las rutinas de producción. En efecto, estos dieron cuenta de la relevancia editorial que el medio le otorgó al caso.

En el **Capítulo 3** de esta Tesis, se sugirió que el proceso de debate y la sanción de la LSCA habían interpelado de distinto modo a los diarios, en virtud de su historia, su estructura de propiedad y su actualidad general durante ese período de 2009. En *Ámbito Financiero*, la propuesta regulatoria retomaba algunos elementos de un reclamo histórico sostenido por el fundador del diario, Julio Ramos, especialmente durante la década de los noventa y hasta su muerte, en 2006. Ramos había denunciado la concentración de la propiedad de los medios a manos del Grupo Clarín[383] y lo denominó "monopolio" (Ramos, 1993; Ulanovsky, 2011b), epíteto que persistió en las páginas del diario como modo de denominar al pujante *holding*.

No obstante, la postura crítica que Ramos y *Ámbito Financiero* cultivaron hacia los procesos de concentración de la propiedad de los medios, incluso cuando se afirmaba que estos impactaban sobre el ejercicio de la libertad de expresión, se fundaban en una concepción de 'interés público' —en los términos entendidos en esta Tesis— ligeramente divergente a la propuesta por la LSCA. En efecto, consideraban a la libre competencia y las reglas antimonopólicas como valores centrales que cualquier política de medios debía perseguir, en lugar de subordinar el 'bienestar económico' a los valores propios del 'bienestar político' y 'sociocultural'.

En términos generales, *Ámbito* se ubicó como un observador externo de un debate político que lo involucraba solo indirectamente. Así, el caso fue definido centralmente como una disputa cuya relevancia periodística residía en determinar quién aventajaba a quién en una controversia que, según interpretó, se llevó a cabo en la arena legislativa y en la ejecutiva; es decir, en los círculos de decisión oficial. Los encuadres específicos de la LSCA funcionaron más como 'filtraciones' de los modos de definir la medida por parte de las fuentes y de los actores que participaron del debate; fueron, en este sentido, menos compartidos por el periódico y por sus periodistas.

La estructura de propiedad de *El Cronista Comercial* colocó a esta institución periodística en una situación particular. El titular del grupo empresario al que pertenecía el diario era Francisco De Narváez, dirigente opositor al Gobierno nacional, a cuyo candidato enfrentó y derrotó en las elecciones de medio término, en junio de 2009. De Narváez era públicamente crítico del proyecto de ley de SCA y se encontraba, además, en situación de infracción a la Ley de Radiodifusión, pues tenía participación en el canal América TV siendo funcionario público. La propuesta regulatoria conservaba esa restricción, de modo que —cuando se aprobara— el empresario continuaría transgrediendo la legislación en la

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

materia.

En este sentido, la postura institucional del diario fue compatible con la definición propuesta por el 'interés público económico-empresarial' y quedó expresada, en buena medida, en los editoriales dedicados al asunto. En línea con ello, se observó una mayor presencia del sector empresario en sus páginas, como fuente y como protagonista de la acción relatada. Los trabajadores del matutino percibieron este rasgo general, independientemente de su postura individual acerca del proyecto de ley aunque, según lo expresaron en las entrevistas, no identificaron en estos factores ninguna limitación para su labor periodística. En efecto, la cobertura de *El Cronista* resultó más heterogénea que la de su competidor en términos de los encuadres presentes en el tratamiento de la información y de los portavoces[384] y actores evocados. Aun así, la centralidad de los actores oficiales, la jerarquización de las arenas legislativa y ejecutiva por sobre los debates en la sociedad civil y la relevancia de la controversia como eje central de las noticias fueron elementos comunes a ambos diarios.

Otro elemento común a los dos periódicos fue la presencia de tensiones y posturas discordantes al interior de las redacciones. No todos los periodistas y editores coincidieron en la mirada del proceso analizado y esto dejó huellas en los modos de encuadrarlo. Ello es coherente con la postura teórico-epistemológica sostenida en esta Tesis, en tanto los contenidos de los diarios son considerados productos complejos en los cuales confluyen los rasgos de los medios, las características de los periodistas a cargo de las coberturas, la naturaleza del caso analizado, de los actores y de las fuentes centrales de la información.

Limitaciones y nuevas vías de indagación

La presente Tesis partió de un conjunto de limitaciones que se presentaron en el marco de la investigación llevada a cabo en el nivel de Maestría. Algunas de ellas quedaron plasmadas en las conclusiones de aquel texto y otras surgieron de las valiosas devoluciones de los jurados. Entre ellas, se destacó la importancia de avanzar en establecer líneas de diálogo entre el *Framing* y los estudios del campo de la Economía Política de la Comunicación y de las Políticas Públicas de Comunicación con el propósito de profundizar en los procesos de elaboración de las noticias (*frame building*) e indagar en el rol que periodistas, medios, el poder político y los grupos de interés de la sociedad civil desempeñan en la elaboración y el tratamiento de los encuadres que quedan plasmados en los textos.

Se considera que se ha avanzado aquí en la combinación de perspectivas conceptuales y de técnicas para el abordaje del mismo objeto de estudio ampliando la indagación fuera del ámbito de los contenidos textuales. No obstante, una definitiva superación del sesgo mediocéntrico (Valera Ordaz, 2016) requeriría una mayor atención

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

en la influencia de otros actores del sistema político en la génesis y en la reproducción de los encuadres. Ello conduciría a profundizar en las definiciones que los promotores de las políticas públicas promueven en el marco de controversias públicas, en su actuación y en sus estrategias para influir en las coberturas informativas (Hänggli, 2012; Hänggli & Kriesi, 2012). Esta tarea, filiada en el paradigma crítico del *Framing*, no puede descuidar, empero, el rol de las propias empresas periodísticas como actores políticos (Borrat, 1989; Kircher, 2005).

Otra de las limitaciones que es dable señalar se relaciona con el desfasaje temporal existente entre el proceso analizado y las entrevistas llevadas a cabo a periodistas, editores y directivos de los diarios. En algunos casos, los propios entrevistados adujeron que el paso del tiempo y las turbulencias políticas que se sucedieron luego de la aprobación de la LSCA dificultaban la recordación de algunos aspectos que rodearon al proceso de debate de la norma.

El proceso de aplicación de la Ley excede los alcances de esta investigación. No obstante, cabe mencionar que, inmediatamente después de su aprobación, se inició un arduo proceso de judicialización promovido por el Grupo Clarín[385]. Este derivó en un fallo de la CSJN que dictaminó su plena constitucionalidad en octubre de 2013. Más allá de ese controvertido derrotero, pocos fueron los avances en la implementación de la norma. Preocupada por los aspectos que incidían en la conformación del Grupo Clarín, la autoridad estatal rezagó otros de importancia para la reconfiguración del sistema de medios audiovisuales (Koziner, 2015a). En efecto, a seis años de su sanción se registraban algunos logros y una larga lista de pendientes.

Las turbulencias que se han desarrollado en relación con el sector de los medios de comunicación durante los últimos años, ofrecen la oportunidad de recoger algunas de las limitaciones de esta investigación para el abordaje de nuevos objetos de estudio. Ciertamente, la asunción de una nueva gestión de Gobierno a fines de 2015[386] implicó una serie de cambios radicales con efectos permanentes sobre la regulación del sistema de medios en la Argentina[387]: tanto en la LSCA como en la Ley N° 27.078 Argentina Digital, sancionada en 2014, que regula el funcionamiento de las nuevas TIC, las telecomunicaciones y sus recursos asociados.

El argumento que respaldó las modificaciones implementadas durante los primeros días de Gobierno se apoyó fundamentalmente en el desarrollo de las TIC y en la necesidad de contar con una norma convergente, criterio relacionado con el 'bienestar económico' del sector. Además, mediante la Resolución 9/2016[388] del flamante Ministerio de Comunicaciones, se integró una Comisión Redactora de la Nueva Ley de Comunicaciones para la creación de un nuevo marco normativo. Dicha comisión llevó a cabo una serie de reuniones y presentó, en julio de 2016, "17 principios que regirán la Ley de Comunicaciones Convergentes"[389] en el marco de una convocatoria a discutir públicamente un nuevo marco regulatorio. Esta serie de eventos, llamativa por la rapidez

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

con la cual se produjeron, permite presumir que está volviendo a alterarse la relación entre los distintos valores que integran la noción de 'interés público' propuesta en esta Tesis.

Frente a los recientes cambios experimentados en el campo de las políticas de comunicación, cabe preguntarse por la capacidad de incidencia que las organizaciones de la sociedad civil, particularmente el sector de los medios de comunicación sin fines de lucro, tengan en el proceso de debate de una nueva norma y en los encuadres que definan la discusión, teniendo en cuenta los bajos niveles de *standing* que han alcanzado en el marco de una Ley basada en una perspectiva de 'interés público' más sensible a sus demandas.

Asimismo, resultaría interesante indagar en la importancia que las medidas de política de comunicación cobran en los medios masivos cuando los encuadres que promueven los decisores políticos resultan afines a los intereses más poderosos del sector y los niveles de controversia son menores. Un trabajo comparativo entre el fenómeno iniciado a partir de 2015 y el de la LSCA permitiría comprender la conformación de los *frames* que circulan, se disputan y redefinen en torno a las políticas de comunicación.

Notas

[1] *¿Por qué estudiar los medios*? Buenos Aires: Amorrortu (2004).

[2] En 2005 se sancionó la Ley 26.053, que permitió al sector no comercial acceder a licencias de radiodifusión. No obstante, se excluyó de esa posibilidad a las cooperativas de servicios públicos.

[3] "Recordaron lucha de Julio Ramos contra los monopolios", *Ámbito Financiero*, 17 de septiembre de 2009.

[4] Se tomarán los meses de marzo y octubre completos, a fin de rastrear antecedentes y repercusiones del proceso estudiado.

[5] Una parte de los trabajos indagan en la cobertura que distintos medios hicieron del denominado "conflicto con el campo". Los más relevantes para esta Tesis serán retomados en el **Capítulo 2.** Específicamente, en el marco del apartado **2.2.1. La Resolución 125. Medida económica y conflicto político.**

[6] La consigna "Clarín miente" surgió en las manifestaciones de apoyo al Gobierno de la Nación durante el "conflicto del campo" (Zunino, 2015).

[7] El "7D" alude al 7 de diciembre de 2012, fecha señalada por la CSJN como límite para la vigencia de la medida que había suspendido el plazo de adecuación del grupo Clarín a la LSCA. El mote surgió de una campaña comunicacional iniciada por el Gobierno nacional y se instaló rápidamente en la agenda de los medios de comunicación como una fecha clave para la implementación de la LSCA pero, fundamentalmente, como eje de la disputa entre dicho Gobierno y el Grupo Clarín.

[8] Estas autoras crearon cinco encuadres genéricos mediante los cuales analizaron la cobertura de la reunión de Jefes de Estado de la Unión Europea, celebrada en Holanda en 1997: Los denominaron "Atribución de responsabilidad", "Consecuencias económicas", "Conflicto", "Interés humano" y "Moralidad" (Semetko & Valkenburg, 2000). La aplicación deductiva de estos encuadres supone rastrear en los textos la presencia o ausencia de los indicadores que los componen y sus correspondencias. Numerosos trabajos replicaron la escala de Semetko & Valkenburg (2000) para distintos temas y en distintas latitudes (Aruguete, 2010; D'Haenens & de Lange, 2001; Igartua & Muñiz, 2004).

[9] El término "relevancia" es entendido como "la visibilidad de la información a partir de su ubicación, su tamaño, su disposición con respecto a otro tipo de información o su mayor frecuencia de cobertura" (Amadeo, 2008, p. 191).

[10] El concepto "*standing*", basado en la propuesta de Ferree, Gamson, Gerhards, & Rucht (2002), alude al crédito asignado a las fuentes. Es decir, a la capacidad de estas últimas

de tener voz en los medios de comunicación y de ser reconocidas como actores legítimos con capacidad de influir en los términos en que se debate cierto issue. En términos empíricos, son los periodistas quienes identifican los actores clave alrededor de una cuestión y lo dejan plasmado en las noticias.

[11] La tipología de los encuadres noticiosos se divide en genéricos (*generic news frames*) y específicos (*specific news frames*). Los primeros son aplicables a un rango de diversos tópicos. Los segundos retratan tópicos definidos de un asunto o tema. Según De Vreese *et al.* (2001), una aproximación al estudio de los encuadres específicos de un evento permite que este alcance un alto grado de especificidad. Para el debate en torno a la LSCA se propondrá un método de elaboración de encuadres específicos del caso.

[12] Los antecedentes desarrollados en este y en el próximo apartado —**1.3.2. El *Framing* como un programa de investigación integral**—retoman y profundizan la conceptualización llevada a cabo en trabajos previos (Koziner, 2013a, 2015a, 2015b).

[13] En la conceptualización de Goffman (2006), el concepto de marco alude a la dimensión social del fenómeno, mientras que la noción batesoniana se asimila a la de esquema. Es por ello que se ha optado por el término encuadre como el que mejor expresa la traducción al castellano de *frame*, integrado por ambas acepciones.

[14] En el próximo apartado se profundizará en las características de los paradigmas crítico, cognitivo y constructivista.

[15] El autor sitúa como un ejemplo extremo de esta dinámica en golpe de Estado llevado a cabo en Chile en 1973 y el violento giro ideológico hacia la derecha.

[16] Entman define al término paradigma como "una teoría general que informa a un cuerpo de académicos de los resultados y funcionamiento de un particular sistema de pensamiento o de acción" (1993, p. 51).

[17] Según esta clasificación, la corriente psicologista centra su interés en el análisis de los procesos cognitivos de los individuos y, por lo tanto, la función de los *frames* se desempeña en la instancia de interpretación de la información. Mientras tanto, la sociologista se ha asociado predominantemente –aunque no de modo excluyente– al estudio de la construcción del significado social de un hecho o tema (Amadeo, 2008; Pan & Kosicki, 1993). "Lo que marca la diferencia real entre estos dos grupos de investigadores (…) es *a quién* afectan los frames (…) al individuo en particular o a la sociedad en general" (Amadeo, 2008, p. 199, énfasis en el original).

[18] Si bien suele inscribirse el trabajo pionero de Gaye Tuchman (1983) en la visión constructivista, D'Angelo (2002) lo identifica con las premisas del paradigma crítico, dado que analiza aquellos mecanismos institucionalizados que orientan la labor periodística y fortalecen las visiones hegemónicas de la sociedad (Marín Albaladejo & Zamora Medina, 2014).

[19] En este sentido, las investigaciones filiadas en el paradigma crítico son deudoras del concepto de hegemonía de Antonio Gramsci (1971), que alude al sistema de creencias o estructura ideológica gracias al cual permanece y se legitima el orden político establecido. Así, la prensa y otras instituciones culturales difunden y fortalecen las posturas dominantes en el pensamiento de la sociedad.

[20] Las corrientes teóricas desarrolladas en el apartado **1.4.1.** tienen un mayor peso como antecedentes conceptuales de este paradigma.

[21] El término pluralismo se refiere aquí a lo que Daniel Hallin & Paolo Mancini (2008, p. 27) definieron como "pluralismo interno" y alude a la variedad de opiniones, tendencias y puntos de vista que cada producto noticioso debería representar. A diferencia de este, el "pluralismo externo" se refiere a la diversidad alcanzada por el sistema de medios en su conjunto.

[22] Sólo para referir algunos trabajos que cacaterizan y proponen definiciones de los estudios de caso, pueden mencionarse los de Duff, 2008; Marradi, Archenti, & Piovani, 2007; Rodríguez, Gil Flores, & García Jiménez, 1999; Sautu, 2003; Stake, 1999; Woodside, 2010; Yin, 2003.

[23] La caracterización de la LSCA como "Ley de la democracia" ha sido sostenida por numerosos actores que respaldaron la iniciativa, en oposición a la Ley de Radiodifusión de 1980. Gustavo López, ex interventor del COMFER (1999-2001) y subsecretario de la Presidencia de la Nación (2008-2015), la definió de ese modo en el marco de su intervención en la Reunión Plenaria de las comisiones de Sistemas, Medios de

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Comunicación, Libertad de Expresión, Asuntos Constitucionales, Presupuesto y Hacienda e Industria y Comercio del Senado de la Nación, el 29 de septiembre de 2009 (Cámara de Senadores de la Nación Argentina, 2009).

[24] *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo* (1993).

[25] El Decreto-Ley 22.285 fue aprobado por la Comisión de Asesoramiento Legislativo (CAL), un órgano estatal integrado por oficiales en actividad cuya función era la de estudiar la creación de nuevas leyes supervisar el estricto cumplimiento de los objetivos establecidos por el "Reglamento del Proceso de Reorganización Nacional" (1976- 1983). La información general sobre el funcionamiento y la conformación de la Comisión está disponible en http://atom.ippdh.mercosur.int/index.php/comision-de-asesoramiento-legislativo.

[26] Entre 1983 y 2005, hubo alrededor de 73 proyectos de Ley que consiguieron estado parlamentario en el congreso, aunque ninguno pudo avanzar. Entre ellos, se destaca el proyecto surgido del Consejo de Consolidación de la Democracia (COCODE) a fines de 1987, durante la presidencia de Raúl Alfonsín (1983-1989). En abril de 1988, la iniciativa fue abandonada por el Poder Ejecutivo, que cedió a la gran capacidad de presión de los grupos de interés (fundamentalmente, de los propietarios de medios masivos de comunicación). Por otra parte, durante el Gobierno de Fernando de la Rúa (1999-2001), el Poder Ejecutivo envió a la Cámara Baja un proyecto de ley sobre el que había trabajado durante más de un año. Finalmente, no se logró obtener el dictamen de la Comisión de Comunicaciones. El fracaso culminó en denuncias públicas de diputados oficialistas; entre ellos, Luis Brandoni, quien renunció a dicha comisión parlamentaria.

[27] Las retenciones son los derechos de exportación que deben pagar los productores de materias primas que se fabrican en el país. Las retenciones no gravan la ganancia, sino las rentas obtenidas por el concurso de factores excepcionales ajenos a la *performance* de los productores (Rubinzal, 2008). El carácter de móviles alude a que el monto a abonar queda sujeto a las fluctuaciones de distintas variables; principalmente, la del precio internacional del producto.

[28] El cambio de paradigma en materia regulatoria alude a las transformaciones en las prioridades que subyacen en la norma, en tanto medida de política de comunicación. Es decir, al conjunto de conceptos y principios que guían la regulación, así como a la relación que debe establecerse entre ellos. Hasta la creación de la LSCA, la regulación había venido retrocediendo en aquellos espacios adonde interfería con el desarrollo del mercado, de modo que la economía era priorizada por sobre el bienestar sociocultural (Van Cuilenburg & McQuail, 2003). Rodríguez Usé (2015, p. 115) ha caracterizado dicho cambio de paradigma encarnado en la LSCA como el paso "de la comunicación-mercancía a la comunicación-derecho humano".

[29] Las elecciones nacionales se llevaron a cabo el domingo 28 de octubre de 2007. Del escrutinio definitivo nacional surge que Cristina Fernández (Frente Para la Victoria) obtuvo la Presidencia con el 46,29% de los votos. Elisa Carrió (Coalición Cívica), en segundo lugar, alcanzó el 23,04%. En tercer lugar, Roberto Lavagna (Alianza Concertación UNA) consiguió el 16,91%. Alberto Rodríguez Saá (Frente Justicia, Unión y Libertad), por su parte, consiguió el 7,64% de los votos. Le siguieron en importancia los votos en blanco, con el 6,44%.

[30] El porcentaje es ampliable en reciprocidad con aquellos países con los que Argentina haya firmado Tratados de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, siempre que ellos también contemplen inversiones extranjeras en sus medios de comunicación. Quedaron exceptuados de la disposición quienes al momento de la sanción de la Ley ya se encontraran en manos extranjeras.

[31] Entre 2003 y 2007, las retenciones aumentaron en dos oportunidades como consecuencia del aumento de los precios internacionales de los *commodities*. Así, alcanzaron el 35% para el grano de soja, el 32% para el aceite de soja, el 28% para el trigo y el 25% para el maíz (Basualdo, 2011).

[32] Los autores fundamentan el uso del término "paro" para nombrar al conflicto en dos razones. Primero, afirman que así han sido históricamente denominados los reclamos similares. En segundo término, se apoyan la conceptualización que Tiziano Treu (2002, citado en Giarracca & Palmisano, 2010) hace desde la ciencia política, al definir al paro como un comportamiento específicamente empresarial en oposición a la huelga, que es la

acción de protesta de los trabajadores. Aunque dicho autor se refiere específicamente al enfrentamiento entre empresarios y asalariados, Giarracca & Palmisano (2010) retoman el término para referirse a aquel que se produce entre los primeros y el Gobierno por la implementación de una política pública.

[33] Expoagro había comenzado a funcionar en marzo de 2007, luego de que *La Nación* y el Grupo Clarín acordaran realizar una única muestra agropecuaria que reuniera a Feriagro —que organizaba Clarín desde 2003—y Expochacra —que hacía *La Nación* desde 1992—. Ver *Clarín*, 24 de septiembre de 2006. Disponible en http://clar.in/1Urr1XB.

[34] Discurso de la Presidenta Cristina Fernández en ocasión del "Encuentro por la convivencia y el diálogo en Plaza de Mayo", llevado el 1 de Abril de 2008. Disponible en http://bit.ly/1MlVpRH.

[35] El texto de la Resolución puede consultarse en el Acta N° 3 /2008 del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Disponible en http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/acta-03.081.pdf.

[36] La CRD es un grupo multisectorial nacido en 2004. Constituida alrededor del reclamo por una nueva regulación democrática para el sistema de medios de comunicación argentino, propuso los "21 puntos básicos por el derecho a la comunicación" (Busso & Jaimes, 2011). En el próximo apartado se profundizará sobre esta organización.

[37] Papel Prensa S.A., única empresa proveedora de papel de diarios de país, había pasado a manos del Estado nacional y de *Clarín*, *La Nación* y *La Razón* durante la última dictadura militar (1976-1983), en una operación de dudosa legalidad. A mediados de los 80, *Clarín* le compró a *La Razón* su parte en la compañía, quedando como accionista mayoritario.

[38] Entre estos se encontraba Sergio Fernández Novoa, por entonces jefe de la Unidad de Planificación y Desarrollo de la Dirección General de Acción de Gobierno, dependiente de la Subsecretaría General de la Presidencia de la Nación; Gonzalo Carbajal, que se desempeñaba en el COMFER; Luis Lázzaro, gerente General de la agencia de noticias TELAM y Néstor Piccone, quien se desempeñaba en la gerencia de noticias de Radio Nacional (Córdoba, 2013).

[39] Los 21 puntos son desarrollados en un pequeño cuadernillo elaborado y difundido por la CRD (también son sintetizados por Baranchuk & Rodríguez Usé, 2011 y Busso & Jaimes, 2011).

[40] La autorización se efectivizó mediante el Decreto N° 721/2007, publicado en el BO Nº 31175.

[41] Por ejemplo, la ley argentina se distingue de las aprobadas en Venezuela y en Ecuador. Tal como sostienen Becerra & Mastrini (2016, p. 10), estas dos últimas "autorizan mecanismos de control de contenidos que serían altamente rechazados en la Argentina".

[42] Palabras de la Presienta Cristina Fernández en la apertura de sesiones del Congreso Nacional, 1 de marzo de 2009. Disponible en http://bit.ly/1QFgett.

[43] En las elecciones se disputaban 127 bancas de diputados Nacionales correspondientes a los 24 distritos electorales —23 provincias más la CABA— y 24 bancas del Senado, correspondientes a un tercio de esos distritos. Se renovaban, así, parcialmente ambas Cámaras: la mitad de la de Diputados y un tercio de la de Senadores, de acuerdo con el mandato constitucional de períodos de cuatro y seis años, respectivamente. A partir de los resultados, en la Cámara de Diputados el FPV pasó de contar con 116 legisladores a lo largo de 2008 y durante todo 2009, a sumar un total de 87. En segundo lugar, la UCR pasó de tener 30 bancas a 43. La Coalición Cívica, por su parte, aumentó de 18 a 19. En tercer lugar, el PRO pasó de un bloque conformado por 13 diputados —junto con Unión Celeste y Blanca—, a uno de 11 propios. El Partido Socialista, que contaba con 10, se quedó con 6 escaños. Solidaridad e Igualdad — Proyecto Progresista, pasó de 9 a solo 3, mientras que Movimiento Proyecto Sur consiguió 4 escaños y pasó a sumar un total de 5. El Peronismo Federal se hizo de 28 escaños, el Frente Cívico por Santiago, de 7. El GEN y Nuevo Encuentro, obtuvieron 5 bancas cada uno. Los 35 escaños restantes, quedaron en manos de bloques minoritarios o unipersonales. El Senado, por su parte, quedaba muy dividido en materia de mayorías. El FPV, que dominaba el cuerpo con 39 senadores hasta las elecciones de 2009, pasó a contar con 30. La UCR aumentó sus bancas de 9 a 14. Mientras tanto, los bloques minoritarios —6 bloques de 2 legisladores cada uno— y los unipersonales —un total de 16 bloques—, no se alineaban directamente con el del FPV

(Carrasco, 2009).
[44] Las fuentes consultadas no coinciden en el número de FPCP que se llevaron a cabo. Mientras Rodríguez Usé (2011) y Busso & Jaimes (2011) afirman que fueron 24, Guzmán (2012) y Lozano (2010) mencionan 23 foros realizados en distintos puntos del país.
[45] No se realizaron FPCP en Formosa, Chubut, San Luis, Santiago del Estero ni en Tierra del Fuego.
[46] Este objetivo fue incorporado en el texto final de la LSCA como inciso ñ) en el artículo 3°.
[47] En efecto, el artículo 9° de la Ley sostiene que la programación que se emita a través de los servicios audiovisuales regulados por la norma, deben estar expresados "en el idioma oficial o en los idiomas de los Pueblos Originarios" (Congreso de la Nación Argentina, 2009).
[48] Se incorporó como inciso i) en el texto final de la Ley.
[49] La propuesta cobró forma en el inciso g) del artículo 124 de la LSCA.
[50] Sumado en el artículo 37° de la norma.
[51] Estos aspectos están contemplados en los artículos 151° y 152° de la Ley, bajo el Título IX - Servicios de Comunicación Audiovisual de Pueblos Originarios.
[52] Las funciones al Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual están plasmadas en el artículo 70°.
[53] Estas disposiciones quedaron expresadas en el artículo 81°.
[54] Establecidas en el artículo 107°.
[55] Establecidas en los artículos 94°, 95°, 97° y 99°.
[56] La información sobre los ponentes inscritos y los documentos recibidos por el Plenario de las Comisiones está disponible en http://www1.hcdn.gov.ar/radiodifusion/pdf/ponencias/ponencias.pdf
[57] Sobre esta cuestión versa el siguiente apartado: 2.3.1.2.1. El capítulo de las "telcos".
[58] Los ausentes pertenecían a la Unión Cívica Radical (24), Coalición Cívica - ARI - GEN - UPT (18), Unión Peronista (8), Propuesta Republicana (8), Frente Justicia, Unión y Libertad (6), Consenso Federal (4), Unión Celeste y Blanco (4), Peronismo Federal (4), Santa Fe Federal (3), Frente para la Victoria (3), Frente de Todos (2), Nacional Sindical (2), Frente Cívico y Social de Catamarca (2), Partido Liberal de Corrientes (1), Convergencia Federal (1), Partido Nuevo contra la Corrupción (1), Demócrata de Mendoza (1), Renovador de Salta (1), Buenos Aires por el Cambio (1), Frente por los Derechos Ciudadanos (1), Valores para mi País (1), Peronista Salteño (1), Frente Producción y Trabajo (1), Concertación Entrerriana (1), Memoria y Democracia (1), Unidad Federalista (1), Bloque por la Verdad (1).
[59] Los detalles de la votación pueden consultarse en http://www.decadavotada.com.ar/index-d.html?8.6.9#.
[60] Pertenecientes a los bloques del Frente para la Victoria (38), de Afirmación para una República Igualitaria (2), del Frente Cívico por Santiago (2), del Movimiento Popular Neuquino (1) y de Concertación Plural (1).
[61] De los bloques Unión Cívica Radical (8), Justicialista 8 de Octubre (2), Justicialista San Luis (1), Santa Fe Federal (2), Coalición Cívica (1), Fuerza Republicana (1), Producción y Trabajo (1), Proyecto Buenos Aires Federal (1), Partido Socialista (1) y Tucumán (1).
[62] Estos fueron los del bloque Frente Cívico y Social de Catamarca (2), Unión Cívica Radical (1), Concertación Plural (1), Justicialista de San Luis (1), Encuentro de los Rionegrinos (1), Federalismo y Liberación (1), Justicialista para el
Dialogo de Los Argentinos (1) y Vecinalista Partido Nuevo (1).
[63] En el artículo 25° del proyecto se establecían múltiples restricciones con el objeto de prevenir prácticas monopólicas (PEN, 2009).
[64] El término conocido como "*triple play"* alude al acceso a telefonía básica, televisión paga e Internet mediante un mismo proveedor y con una tarifa única.
[65] El concepto, para nada unívoco, resume una multiplicidad de procesos que remiten al salto tecnológico que permite integrar progresivamente algunos aspectos de los circuitos productivos de las industrias info-comunicacionales — audiovisual, informática y telecomunicaciones- (Becerra, 2005). Jenkins (2008), por su parte, hace hincapié en el cambio cultural que comporta el fenómeno, en tanto los públicos consumidores establecen distintos tipos de conexiones entre contenidos mediáticos dispersos.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

[66] Para más información, puede consultarse el post de Cristian Jensen, miembro de la CRD y asesor de la Comisión de Comunicaciones e Informática de la Cámara de Diputados de la Nación. Disponible en http://bit.ly/2eelffu.
[67] *Página/12*, 9 de septiembre de 2009. Disponible en http://bit.ly/1TJFP46.
[68] *Perfil*, 12 de septiembre de 2009.
[69] Políticas de medios y políticas de comunicación son utilizadas aquí como sinónimos.
[70] De acuerdo con McQuail (2010), Internet es representativa de las causas y consecuencias de la convergencia, pues no puede ser sometido a esta clasificación de tipos de marcos regulatorios. No obstante, no está sujeto a ningún régimen regulatorio propio y es tratado bajo el modelo de *common carrier*s. "No hay garantías de libertad como en la prensa ni regulaciones de contenido como en radiodifusión" (p. 23).
[71] Este concepto será abordado en el próximo apartado: **2.4.1. El 'interés público'.**
[72] Según McQuail (1998), el origen del concepto se remonta a la teoría medieval social, en el ámbito de la regulación económica, adonde aportó el sustento normativo para fundamentar los controles colectivos del libre juego de las fuerzas del mercado. Los controles establecían obligaciones hacia la comunidad (como la prestación de servicios a todos por igual y la fijación de precios razonables), a cambio de derechos o privilegios para los comerciantes, como la protección sobre la propiedad, la libertad para hacer negocios y, en ciertos casos, formas limitadas de monopolio. Dentro del campo de la comunicación, Napoli (2001) sitúa en Estados Unidos la primera aparición del término durante la década de 1920. Fue pronunciado desde la gestión pública para referirse a la calidad de la programación radiofónica y a la necesidad de contar con una autoridad regulatoria que otorgara licencias para operar las estaciones de radio.
[73] La clasificación propuesta por Held (1970) y seguida también por McQuail (1998) define las tres variantes de la teoría del interés público como: teorías de la "preponderancia", teorías del "interés común" y concepciones "unitarias".
[74] El 'servicio público de radiodifusión' es entendido aquí como aquel sistema de medios en el cual el Estado interviene deliberadamente con el propósito de concretar objetivos socioculturales y normas relacionadas con el fomento a la diversidad y a la protección de la cultura nacional. La propiedad de los medios de comunicación puede quedar bajo la órbita del Estado o ser transferida a terceros (Califano, 2014).
[75] Al respecto, Bernard Miège (2006, citado en Mastrini, 2014) sostiene que las industrias culturales y mediáticas tienen un comportamiento cada vez más próximo.
[76] Las economías de escala se producen cuando "un aumento de la producción de unidades de un mismo bien reduce significativamente los costos unitarios de producción. En el caso de los medios de comunicación, muchos costos (como los de elaboración o adquisición de contenidos), son prácticamente fijos" (Pérez Gómez, 2000, p. 48). Por esa razón, a medida que aumenta la porción del mercado o audiencia a través de procesos de concentración de distinto tipo, disminuye el costo individual del producto.
[77] En el sector de las comunicaciones, así como en otras ramas industriales, se distinguen varios tipos de concentración de la propiedad: La horizontal o "monomedia" se refiere a la concentración en un mismo mercado, con el fin de producir bienes de una misma rama. Por ejemplo, los grupos de prensa gráfica. La concentración vertical alude a la expansión de una empresa hacia atrás o hacia delante en la cadena productiva, como sería integrar la realización de programas de televisión (producción) y la televisión (distribución). La integración diagonal o "multimedia", por su parte implica la propiedad común en diferentes sectores de los medios. Por ejemplo, televisión y periódicos o periódicos y radio (Doyle, 2002). De Miguel (2003) califica a esta dirección de crecimiento como de movimientos concéntricos, que pueden ser utilizados para realizar operaciones en las que se aprovechan sinergias de recursos (financieros, humanos), simbólicas (uso de un mismo contenido para diversos soportes) o publicitarias. La integración "conglomeral", por su parte, acontece cuando una empresa o grupo de empresas opera al mismo tiempo en el sector de los medios de comunicación y en otros sectores económicos. Para De Miguel (2003), se trata de un movimiento empresarial de carácter oblicuo, que se identifica con la diversificación de la producción.
[78] El derecho a réplica o "derecho de respuesta" (Loreti, 1995) está contemplado en el artículo 14 de la CADH y asiste a toda persona afectada por la difusión, a través de un medio de comunicación dirigido al público en general, de informaciones inexactas o

agraviantes en su perjuicio. Esta tiene derecho a efectuar su rectificación o respuesta por el mismo órgano de difusión (OEA, 1969).

[79] Ello no obsta que haya habido, desde muy tempranamente, trabajos que reclamaran para la radiodifusión la categoría jurídica de "servicio público". Manuel Diez (1950), por ejemplo, afirma que los servicios de radiodifusión satisfacen necesidades generales de modo regular y continuo y bajo el contralor del Estado. Por esa razón, sostiene, la suspensión de transmisiones regulares o la prestación irregular del servicio habilitan sanciones. En efecto, esa fue la tesis argentina sostenida durante la Conferencia Interamericana de Radiodifusión, desarrollada en Buenos Aires en 1948, aunque esta postura acabó siendo rechazada (Porto & Schifer, 2009).

[80] Publicada en el Boletín Oficial del 19-sep-1980. Número: 24506.

[81] Ídem.

[82] Dicho proceso fue contextualizado políticamente, tanto en su dimensión local como regional, en este mismo capítulo (ver apartados **2.2. El Primer Gobierno de Cristina Fernández** y **2.3. Presentación de un proyecto de ley para los medios audiovisuales y avatares políticos**).

[83] El artículo 2° del texto de la Ley se mantuvo textual desde la primera versión de anteproyecto.

[84] En el inciso 19 del artículo 75, la Constitución argentina establece, entre otros deberes, que corresponde al Congreso de la Nación "dictar leyes que protejan la identidad y pluralidad cultural, la libre creación y circulación de las obras del autor; el patrimonio artístico y los espacios culturales y audiovisuales" (Congreso de la Nación Argentina, 1994).

[85] Los más significativos son la Declaración Universal de Derechos Humanos (artículo 19), la Convención Americana sobre Derechos Humanos (artículo 13), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (artículos 19 y 20) y la Convención sobre los Derechos del Niño (artículos 13 y 17).

[86] La Relatoría Especial es una oficina permanente que funciona de manera independiente dentro del marco jurídico de la CIDH. Tiene como mandato general la realización de actividades de protección y promoción del derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, la cual incluye distintas funciones. Entre ellas, la de elaborar un informe anual en el cual sistematiza las actuaciones del año anterior; identifica las buenas prácticas, identifica desafíos en cada uno de los estados de las Américas, elabora informes teóricos sobre asuntos novedosos o problemáticos, difunde la doctrina y jurisprudencia y formula una serie de recomendaciones. Los informes anuales pueden encontrarse en http://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/anuales.asp.

[87] Todos estos informes y declaraciones están citados en los comentarios incluidos en el texto del a Ley. Entre los más importantes se encuentran: la CADH (artículo 13), la Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de 2005, la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión CIDH (principios 4, 6, 12 y 13), la Declaración de Principios de la CMSI (2004), la Declaración de Bávaro sobre la Sociedad de la Información, la Resolución del Parlamento Europeo (apartado 2 del artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales), Informe Anual de la Relatoría Especial de Libertad de Expresión de la CIDH (años 2002 y 2004 Capítulo IV, apartado Conclusiones), Opinión Consultiva 5/85 de la CorteIDH, (Congreso de la Nación Argentina, 2009).

[88] Así aparece mencionado en los comentarios del artículo 1 de la Ley, adonde se retoman las consideraciones del Plan de Acción de la CMSI (este último disponible en http://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/poa-es.html).

[89] Este punto se desarrolla de modo más acabado en el próximo apartado.

[90] Especialmente, en el artículo 45, destinado a regular la concentración en la propiedad de licencias.

[91] La conformación del Directorio, definida en el artículo 132°, es de siete miembros, con un presidente y un director designado por el Poder Ejecutivo y tres directores propuestos por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, uno por la primera minoría, otro por la segunda y otro por la tercera.

[92] De los objetivos de RTA SE se desprenden sus obligaciones, expresadas en el artículo

122°. Estas son: 1) Incluir en su programación, contenidos educativos, culturales y científicos que promuevan y fortalezcan la capacitación y la formación de todos los sectores sociales; 2) Producir y distribuir contenidos por diferentes soportes tecnológicos con el fin de cumplir sus objetivos de comunicación teniendo por destinatarios a públicos ubicados dentro y fuera del territorio nacional; 3) Considerar permanentemente el rol social del medio de comunicación como fundamento de su creación y existencia; 4) Asegurar la información y la comunicación con una adecuada cobertura de los temas de interés nacional, regional e internacional; 5) Difundir y promover las producciones artísticas, culturales y educativas que se generen en las regiones del país; 6) Difundir las actividades de los poderes del Estado en los ámbitos nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipal; 7) Instalar repetidoras en todo el territorio nacional y conformar redes nacionales o regionales; 8) Celebrar convenios de cooperación, intercambio y apoyo recíproco con entidades públicas o privadas, nacionales e internacionales, especialmente con los países integrantes del Mercosur. 9) Ofrecer acceso, de manera global, mediante la participación de los grupos sociales significativos, como fuentes y portadores de información y opinión, en el conjunto de la programación de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado. Además, el artículo 123° establece que debe difundir como mínimo 60% de producción propia y un 20% de producciones independientes en todos los medios a su cargo (Congreso de la Nación Argentina, 2009).

[93] Esta conceptualización fue abordada en el apartado **2.4.1. Interés Público**.

[94] La sustentabilidad de los medios sin fines de lucro es un problema que la LSCA no resuelve y que excede los puntos abordados en esta investigación. Sin embargo, no se desconoce su importancia ni los trabajos más recientes que han abordado este aspecto (Rossi & Morone, 2014; Segura, 2013; Segura & Weckesser, 2016; Vinelli, 2011).

[95] Este aspecto de la Ley es uno de los que mayores controversias despertó y fue objetado por el Grupo Clarín en la causa judicial por la inconstitucionalidad de los artículos 41°, 45°, 48° (segundo párrafo) y 161° de la LSCA.

[96] La Ley de Radiodifusión permitía hasta 24 licencias.

[97] *El periódico, actor político* (1989)**.**

[98] Esta Tesis fue escrita entre 2015 y 2016, seis años después de la sanción de la LSCA.

[99] De carácter más amplio que el de las unidades de muestreo —unidades materiales efectivamente sometidas al análisis de contenido—, las unidades de contexto aportan la información contextual que resulta necesaria para la comprensión profunda de las primeras (Bardin, 2002; Colle, 2011). El **Capítulo 4** define con mayor precisión estas unidades en el marco del análisis de contenido.

[100] El desarrollo de Zallo (1988) alude al producto impreso, que es el que se analiza aquí. No obstante, las características enumeradas pueden repensarse en función de los circuitos productivos de la prensa digital.

[101] Un ejemplo local referido a los diarios estudiados aquí puede situarse en el antecedente de la crisis de 1989. Para sortearla, los diarios se valieron de algunos recursos "extra periodísticos". *El Cronista* incorporó la tarjeta promocional "Chance", que en un año y medio logró un aumento del 15% en las ventas. Por su parte, *Ámbito Financiero* creó un entretenimiento que demandaba la habilidad e intuición de los inversores. Sin embargo, el que mayor éxito logró fue *Clarín* con el concurso deportivo "El gran DT" (Ulanovsky, 2011b).

[102] El IVC es una organización civil que audita y certifica la circulación y distribución de medios impresos.

[103] Las publicaciones incluidas son las que registra el IVC, que no se corresponden con el total de publicaciones.

[104] La clasificación de los tipos de diarios se tomó de Charon (1996, citado en Amado, 2007).

[105] El artículo 14° establece que **"**Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio; a saber: (…) de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa". A la vez, el artículo 32° señala que "El Congreso federal no dictará leyes que restrinjan la libertad de imprenta o establezcan sobre ella la jurisdicción federal" (Congreso de la Nación Argentina, 1994).

[106] La "esfera pública", en los términos en que la concibe Habermas (1989) constituye un ámbito de disputa simbólica que supone un contexto comunicativo en el cual la autoridad

del argumento prevalece sobre cualquier jerarquía externa (Kircher, 2005).

[107] Desde otro enfoque conceptual, el argentino Ricardo Sidicaro (1993) analizó alrededor de 80.000 editoriales publicados por el diario *La Nación* entre 1909 y 1989 como expresión del pensamiento que denominó "liberal conservador", propio de ciertos sectores político intelectuales tradicionales.

[108] El término consonancia, homogeneidad o conformidad es utilizado para caracterizar las semejanzas halladas en las coberturas de diferentes medios, no solo las referidas a la publicación de ciertos tópicos sino también al tipo de tratamiento que le otorgan (Aruguete, 2015). Eilders (2000), establece una distinción entre la consonancia y lo que denomina "centralidad" (*focusing*). Este último concepto refiere a la correspondencia temática, mientras la consonancia es, para la autora, la concordancia entre opiniones.

[109] La noción de "interés público" a la que alude esta idea de Borrat (1989) podría emparentarse a la de "interés común" (McQuail, 1998), desarrollada en el **Capítulo 2** de la Tesis. Sin embargo, la noción que guía las prácticas de los medios en relación con sus objetivos permanentes podrían emparentarse con la concepción unitaria del mismo, en tanto precisa un público —y unos anunciantes— interesados en el producto que ofrece para satisfacer su necesidad de lucro, lo cual le permitiría ejercer mayor influencia en el sistema político.

[110] La descripción de la denominada "actualidad" de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* remite a 2009, año en el que se centra esta investigación. No obstante, en algunas oportunidades se recurre a datos posteriores a fin de completar la caracterización o por no estar disponibles los correspondientes a esa fecha. En esos casos, se deja aclarado a qué momento pertenece el dato.

[111] Tal ha sido la influencia del *Financial Times* que el color salmón se ha impuesto en buena parte de los diarios económicos del mundo e, incluso, se ha bautizado "prensa salmón" a la prensa económica.

[112] Seoane, 2011, p. 25.

[113] La idea de incorporar la venta en kioscos de diarios no resultó como esperaban y duró solo unos pocos meses. El periódico conservó su nombre y fisonomía original para el servicio por suscripción. Para la venta libre al público, quitó la palabra "Comercial" de su marca, inauguró las secciones de espectáculos e interés general y sumó un suplemento de deportes.

[114] El "Rodrigazo" fue el nombre con el que se bautizó al plan anunciado por Celestino Rodrigo en junio de 1975. Este consistió en una fuerte devaluación de la moneda nacional y un aumento en el costo de los servicios públicos, realizados con el argumento de que el retraso cambiario y tarifario era insostenible. Las medidas ocasionaron una inmediata reacción sindical que culminó en fuertes incrementos salariales. "El hecho de que el autor intelectual de las medidas haya sido Ricardo Zinn, posterior colaborador de Videla, y que el primero en acordar los aumentos salariales haya sido el posterior ministro de Economía de la dictadura (…) dan indicios de que el objetivo real del Rodrigazo era generar una espiral inflacionaria que preparara el ambiente para el golpe militar" (Asiain & Putero, 2013).

[115] El periodista Jacobo Timerman, quien sobrevivió a la desaparición de la dictadura, contó años después que lo reconoció en una de sus prisiones clandestinas y que estaba profundamente dañado y disminuido (Ulanovsky, 2011b).

[116] Según afirma el propio periódico, desaparecieron también César Azur, María Bododian, Miguel Ángel Ramón Bustos, Luis Rodolfo Guagnini, Diana Griselda Guerrero, Héctor Gutiérrez Ruiz, Enrique Raab, Eduardo Suárez y Héctor Ernesto Demarchi, quien además era delegado sindical (*El Cronista Comercial*, 2008).

[117] Fernando González renunció a *El Cronista Comercial* para volver a *Clarín*, diario en el que se había desempeñado durante los 12 años anteriores a 2009. Se despidió del diario con una nota titulada "Me voy como quien se desangra: un adiós a El Cronista que es un hasta siempre", el 5 de agosto de 2016 (disponible en http://bit.ly/2dMgVGl).

[118] Según Eurnekián, la adquisición de Cablevisión tuvo un costo muy bajo. Solo debió hacerse cargo de las deudas que el propietario anterior —el brigadier Ricardo Héctor Garrido— tenía con los empleados, ya que había quebrado. La inversión terminó siendo muy redituable, dado que Cablevisión se convirtió en uno de los proveedores de TV por cable más importantes a nivel nacional, tanto en cantidad de abonados como en el nivel de

facturación. Durante la década de los noventa, Eurnekián vendió la empresa por varios millones de dólares (Mastrini, 2014).

[119] Aunque *El Cronista* no dio a conocer oficialmente el monto de la venta, el diario *La Nación* afirmó que según trascendidos, llegó a los 20 millones de dólares (2000).

[120] De Narváez había sido electo diputado nacional por la provincia de Buenos Aires en las elecciones legislativas de 2005 con el Partido Justicialista (PJ). Era el cuarto candidato en la lista encabezada por Hilda "Chiche" Duhalde.

[121] Como se mencionó en el **Capítulo 2**, muchos interpretaron los resultados de la elección como el naufragio del proyecto de ley de SCA. Lo cierto es que el proceso de debate parlamentario cobró impulso y el 10 de diciembre, momento en el que asumirían las bancas los diputados y senadores electos, funcionó como una fecha clave en las disputas entre el oficialismo y la oposición.

[122] *El Cronista Comercial*, 29 de junio de 2009.

[123] Citadas en Chequeado.com, 13 de junio de 2011. Disponible en http://bit.ly/1IHpOns.

[124] En efecto, según queda expresado en el expediente de adecuación voluntaria a la LSCA que Supercanal S.A., Daniel Vila, Alfredo Vila Santander y José Luis Manzano presentaron a la AFSCA en noviembre de 2012, declaran que "América TV S.A., es una sociedad integrada por Martín Antranik Eurnekián (15,3%), América Medios S.A. (64,7%) (integrada par Zarova S.A. (78,52%) (integrada por Grupo de Narváez (50%) ("GdN", a su vez, integrado par Francisco de Narváez (h) 45%; Martín de Narváez 27,5% y María Jazmín de Narváez 27,5%), José Luis Manzano (25%) y Daniel Eduardo Vila (25%), Supercanal S.A. (7,38%), Luis Benjamín Nofal (5,21%) y Diego G. Ávila (8,79%)) y América Inversora S.A. (20%) (integrada por Zarova S.A. (6,18%) y América Medios S.A. (93,82%)), que es titular de un servicio de televisión abierta LS 86 TV Canal 2 en la Ciudad de La Plata, provincia de Buenos Aires (Decreto No. 2811/83) y de dos señales de servicios audiovisuales denominadas América 24 (A24) y América Interior (Vila, 2012).

[125] Entrevista realizada por la autora a Natalia, periodista de *El Cronista Comercial*, en 2016.

[126] Se reserva la identidad de la fuente a fin de preservar su confidencialidad.

[127] En diciembre de 2011, estalló una controversia alrededor de las ventas de *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial*, a partir de una nota publicada por el diario *Clarín*. Respaldado en "fuentes del mercado" el texto firmado por Miguel Wiñazki aseguraba que "por primera vez, *El Cronista Comercial* ha superado en ventas a *Ámbito Financiero*" (*Clarín*, 23 de diciembre de 2011. Disponible en http://clar.in/1Fymxea). El Cronista reprodujo parte de la nota en su web ese mismo día, aunque no agregó ningún dato al respecto (*El Cronista Comercial*, 23 de diciembre de 2011. Disponible en http://bit.ly/1CwhkgK).

[128] *El Cronista Comercial* se imprime en la editorial *Perfil*, dado que no cuenta con planta propia.

[129] Estos datos también permanecen estáticos en las cinco ediciones consultadas del Mediakit (2012 al 2016).

[130] Fernando González dirigió *El Cronista* entre 2009 y 2016. Los 12 años anteriores se había desempeñado en Clarín, adonde llegó a ser el primer editor de la sección 'El País'. En 2016 dejó su puesto de director periodístico para volver a *Clarín* como uno de los editores de la 'Mesa Central' que el diario creó como parte de una estrategia de reorganización de la redacción (*Clarín*, 14 de agosto de 2016. Disponible en http://clar.in/2bqcLAf).

[131] La sección que en el diario aparece como 'Política & Economía' tiene dos editores responsables: uno para los temas de 'política', quien además coordina la sección 'Opinión', y otro para los de 'economía'.

[132] *El Cronista Comercial*, 17 de septiembre de 2009.

[133] Entrevista realizada por la autora a Ismael, editor de *El Cronista Comercial*, en 2016.

[134] Entrevista realizada por la autora a Fabio, editor de *El Cronista Comercial*, en 2016.

[135] Así lo definió Iván, periodista entrevistado por la autora para esta investigación.

[136] Entre 1977 y mediados de 1979, los depósitos bancarios aumentaron en un 500%. La reforma financiera impulsada por el entonces ministro de Economía, José Alfredo Martínez de Hoz, blanqueó una buena parte del dinero proveniente del mercado ilegal, en el cual los ahorristas dispuestos a arriesgarse podían obtener copiosas ganancias o

perderlo todo (Ruiz, 2005).

[137] El grupo se completaba con Jorge Barañá, de *El Cronista*; Rodolfo Arias y Osvaldo Granados, de *Clarín*; Juan Carlos Voiedca y Leopoldo Melo Posse, de *La Prensa*. Por su parte, Julio Ramos venía de *La Opinión*, de Jacobo Timerman. Antes había pasado por *Clarín*, adonde trabajó junto a Jacobo Timerman y a Héctor García, de *Crónica* (Ulanovsky, 2011).

[138] *Página/12*, 26 de noviembre de 2006. Disponible en http://bit.ly/2dnu9Gv.

[139] Las otras dos fueron el anuncio del "Pacto de Olivos", en 1993 y la implementación de las medidas restrictivas del movimiento de fondos bancarios popularizada como "corralito" durante la crisis de 2001.

[140] El término se utiliza para referirse a los años de la última dictadura militar.

[141] Uno fue el caso de Juan Bautista Yofre, a cargo de la sección 'política' del diario, quien se integró al equipo de campaña de Carlos Menem como jefe de prensa. No obstante, el compromiso de Yofre con el entonces precandidato a Presidente por el PJ, complicó su rol en el diario, por lo que Ramos decidió que Zuleta pasara de 'espectáculos' a esa sección. Otro caso fue el de Susana Merlo, periodista especializada en temas agropecuarios, quien fue designada subsecretaria de Agricultura en 1997.

[142] Desde la empresa propietaria de *Ámbito Financiero*, la Editorial AmFin, Ramos creó ediciones del periódico en otras ciudades del país. Además, en 1992 fundó *La Mañana del Sur* —para las provincias de Río Negro y Neuquén— y en 1997, *La Mañana* en Córdoba, de las cuales se desprendió en 2003.

[143] Según los datos relevados por Califano (2014), Ramos y Aldrey Iglesias contaban con el 22% de las acciones de Argentevé S.A., mientras Gainza tenía solo el 5%, al igual que Sofovich y Ortega. El resto de la empresa estaba integrado en gran parte por allegados a Ramos, como Ricardo García y su propio hijo Claudio, que poseían el 6% y el 8% del capital social respectivamente.

[144] Papel Prensa había sido adquirida en 1977 por *La Nación*, *Clarín* y *La Razón* en un confuso y controvertido proceso. A mediados de la década de los ochenta, *La Razón* se apartó de la sociedad y sus acciones se repartieron, lo cual convirtió a Clarín en socio mayoritario del negocio. De él también participan *La Nación*, el Estado nacional y socios menores.

[145] En el año 2000 el Grupo Ávila adquirió un porcentaje minoritario de las acciones aunque, según Ruiz (2005) y los entrevistados esto no tuvo incidencia en la organización ni en los contenidos del diario.

[146] Según los datos recogidos en las entrevistas y de los registros del diario, la compra del diario de Resistencia nunca se concretó.

[147] Desde un primer momento, el acceso a la versión online del diario impreso se liberó a las 14 horas, dado que la publicación se financiaba mediante el pago mensual de suscripción. Esta modalidad generó una muy buena respuesta por parte de los lectores e ingresos aceptables para la empresa, especialmente durante la crisis de 2001-2002. Además, el desarrollo inicial de la web incluyó una completa base de datos de referencia. En efecto, tras la caída del modelo de convertibilidad y la consiguiente inestabilidad cambiaria, contratos celebrados entre privados contenían una cláusula que indicaba que los pagos se harían a precio dólar según la cotización de ambitoweb.com.

[148] Los datos son de 2015 pero, salvo algunos retiros por jubilaciones, no se produjeron grandes cambios entre 2009 y esa fecha.

[149] El link http://www.ambito.com/informacion/tirada.asp, que ya no estaba disponible al momento de la finalización de esta investigación, fue consultado reiteradas veces entre principios de 2013 y mediados de 2015 y los datos ofrecidos se mantuvieron estáticos durante todo el período.

[150] Según se desprende de las notas publicadas por *Ámbito Financiero* el 3 de marzo ("Clarín y La Nación en campaña contra Ámbito Financiero") y el 26 de diciembre de 2011 ("Retornaron operaciones del 'Monopolio Clarín'), *Clarín* y *La Nación* habían publicado datos erróneos y malintencionados acerca de la circulación del matutino, así como de la obtención de pauta oficial.

[151] *Ámbito Financiero*, 26 de diciembre de 2011.

[152] Para esta investigación se tuvo acceso a los informes de 2014, 2015 y 2016 y los tres son prácticamente idénticos en este punto.

[153] Entrevista realizada por la autora a Iván, secretario de Redacción y editor de *Ámbito Financiero*, en 2016.
[154] ambito.com, 18 de febrero de 2015. http://www.ambito.com/noticia.asp?id=779278.
[155] *Perfil*, 2 de marzo de 2015. Disponible en http://bit.ly/2eelffu.
[156] Entrevista realizada por la autora a Esteban, periodista de *Ámbito Financiero*, en 2016.
[157] Entrevista realizada por la autora a Pedro, periodista de *Ámbito Financiero*, en 2016.
[158] *Ámbito Financiero*, 25 de septiembre de 2009.
[159] Ídem.
[160] Ídem
[161] Todos los entrevistados destacaron el enfrentamiento histórico de Ramos con el Grupo Clarín como un tópico muy presente en la cultura del periódico.
[162] El paso del tiempo presenta una doble limitación: en primer lugar, la única técnica que permite acceder a los datos de la instancia productiva de la cobertura de la LSCA es la entrevista. En segundo término, los discursos de los entrevistados están atravesados, según ellos mismos expresan, por las experiencias posteriores —especialmente, por el proceso de judicialización que recorrió la LSCA con posterioridad a su aprobación—.
[163] Entrevista realizada por la autora a Roberto, sub-editor de *Ámbito Financiero*, en 2016.
[164] La asignación de relevancia noticiosa a este tipo de eventos en la superficie de los medios es abordada en el
Capítulo 4.
[165]*Ámbito Financiero* cuenta con imprenta propia y, por esa razón, tiene la posibilidad de alargar sus ediciones hasta un 30 % más en cantidad de páginas, lo que equivaldría a sumarle dos pliegos de papel. Ello puede ocurrir por dos razones: por el incremento de anunciantes o por la emergencia de noticias "calientes", que requieren una cobertura mayor.
[166] "Picar un cable" es una expresión utilizada en la jerga periodística para referirse a la práctica de elaborar una nota a partir de una noticia comunicada por una agencia de prensa.
[167] En esta Tesis, se entiende por fuentes oficiales a funcionarios públicos que se desempeñen en alguno de los tres poderes del Estado (Bennett, 1996). Las fuentes no oficiales, por su parte, son aquellos individuos que no ocupan ningún cargo público o instituciones que no son estatales (Steele, 1997),
[168] La conceptualización y operacionalización del término *standing* es desarrollada en detalle en el apartado **4.2.1.3. *Standing* o crédito de las fuentes**
[169] Los criterios de noticiabilidad son definidos como "el conjunto de requisitos que se exige a los acontecimientos - desde el punto de vista de la estructura del trabajo en los aparatos informativos y desde el punto de vista de la profesionalidad de los periodistas- para adquirir la existencia pública de noticias (Wolf, 1987, p. 216). En este sentido, pueden entenderse como un sustrato ideológico que orienta la selección de acontecimientos, temas o actores para su incorporación en las noticias, así como la omisión de otros (Aruguete, 2011b).
[170] El término "operar" alude aquí al uso instrumental del vínculo con un periodista por parte de una fuente con la intención de obtener un rédito político a partir de la difusión de cierta información.
[171] En el apartado **4.2.1.3. *Standing* o crédito de las fuentes** se abordará más ampliamente este fenómeno en relación con las implicancias que tiene para los contenidos mediáticos.
[172] En el **Capítulo 4**, abocado al análisis de los textos noticiosos, se define la arena como el ámbito en el cual se desarrolla el hecho noticioso y en el cual interactúan una serie de actores a través de distintos actos de habla.
[173] Aunque Néstor Kirchner no era funcionario en 2009, fue primer candidato a diputado nacional por el FPV para la provincia de Buenos Aires en las elecciones de junio y obtuvo un alto nivel de exposición pública. Por otra parte, en función de su rol político y de su lazo matrimonial con la primera mandataria, es considerado un portavoz del Gobierno nacional.
[174] Estos puntos fueron desarrollados en detalle en los apartados **2.2. El primer Gobierno de Cristina Fernández** y **2.2.1. La Resolución 125. Medida económica y conflicto político**.
[175] Estos aspectos son desarrollados en el punto **2.4.1.1. La Ley de Servicios de**

Comunicación Audiovisual y el interés público.

[176] Aunque Eilders (2000) propone el concepto de consonancia para analizar las semejanzas en el tipo de tratamiento que distintos medios le otorgan a un *issue* en los textos de las coberturas, se considera pertinente extenderlo aquí a las opiniones de periodistas y editores a cargo de las mismas.

[177] *Sociedad, Cultura y Poder* (2014).

[178] La relación entre periodistas y fuentes fue abordada en el apartado **3.5.1. Periodistas y fuentes.**

[179] El concepto fue referido, en relación con las rutinas de cobertura de políticas públicas en el apartado **3.5.1**.

[180] Este conflicto, considerado aquí preludio de la emergencia del debate por la creación de una nueva norma para los medios audiovisuales, fue desarrollado más arriba, en el apartado **2.2.1. La Resolución 125. Medida económica y conflicto político**.

[181] El enfoque conceptual de la investigación de Zunino (2015) se apoya en la *Agenda Setting*.

[182] El término, en idioma inglés, proviene del discurso legal y refiere al derecho de una persona de iniciar o participar de una acción legal que desafía la conducta de otra persona: http://www.wordreference.com/definition/standing.

[183] Aunque la traducción de "*standing*" como "crédito" no resulta del todo precisa, se opta por este último término por considerarlo el más adecuado, en tanto sus distintas acepciones incluyen el reconocimiento de autoridad y credibilidad (RAE, 2001).

[184] La traducción más precisa de *speaker* al castellano es "hablante" u "orador". Sin embargo, se opta por utilizar el vocablo "portavoz" (en inglés, "*spokesperson*") por considerar que expresa más adecuadamente la idea de la fuente como representante de la postura de un grupo o institución específicos. En sintonía con esta propuesta, Archondo (2003) también denomina "portavoces" a las fuentes (p.196).

[185] Aquello que se entiende por 'evaluación moral' será desarrollado en el punto **4.2.3. Definición operacional de *framing***.

[186] Los términos "operativa" y "operacional" son utilizados indistintamente.

[187] El énfasis pertenece al original.

[188] Este se desarrollará en el apartado **4.2.6.3. Libro de códigos para el análisis de contenido**.

[189] El énfasis es propio.

[190] La recolección de datos que se llevará a cabo en la instancia empírica relevará también la fuente secundaria y el actor secundario mencionados en las noticias, con el propósito de analizar coocurrencias entre estos elementos.

[191] Como se verá en el libro de códigos (concretamente, en el apartado **4.2.6.3.4.2. Interpretación causal**), la atribución institucional/social es desglosada en distintas categorías, según los tipos de responsabilidades que surgieron en relación con el caso como producto de una aproximación inductiva al corpus.

[192] En el trabajo que oficia de antecedente directo de la presente Tesis (Koziner, 2015a) la 'evaluación moral' se definía de acuerdo con los riesgos y los beneficios que eran asociados al problema en cuestión. Por beneficios se entendían aquellos aspectos que eran presentados como ganancias o utilidades producto de una determinada declaración y/o acción (RAE, 2001) ligada al caso. En cambio, los riesgos eran afirmaciones acerca de la contingencia o proximidad de daños o pérdidas de diverso calibre (RAE, 2001). A la vez, la función de 'interpretación causal' se subordinaba a la anterior, en tanto era pensada en términos de los agentes o factores responsables por cada uno de los riesgos y beneficios mencionados. Para este trabajo, ambas funciones fueron repensadas en dos sentidos: en primer término, se entiende que la evaluación moral distingue aquello que debe ser considerado bueno, y los deberes que ello implica, de lo que debe asociarse a lo malo (Schmitt, 2009), ya sea para un actor individual o para el conjunto de la sociedad. En cambio, riesgos y beneficios son términos ligados menos a la moralidad y más a la racionalidad económica. En segundo lugar, se considera que la atribución causal debe asociarse a la 'definición del problema' y no a la evaluación moral del mismo.

[193] Las distintas concepciones de estos valores están desarrolladas teóricamente en el **Capítulo 2** y operacionalizadas en los sistemas categoriales desplegados en apartado **4.2.6.3. Libro de códigos para el análisis de contenido**.

[194] Los paquetes de encuadre son también denominados “Elementos de encuadre” (*frame elements*) (David *et al.*, 2011; Matthes & Kohring, 2008).
[195] El término está basado en los paquetes mediáticos” (“media packages”), que propusieron Gamson & Modigliani (1989). Van Gorp (2007) prefiere llamarlos paquetes de encuadre con el objetivo de reforzar el hecho de que no solo se trata de productos de los medios de comunicación, sino que pertenecen a un clima cultural más amplio.
[196] El abordaje deductivo parte de un listado de ítems preestablecidos a fin de determinar el grado de apariciones de los encuadres en los contenidos analizados. Puede utilizarse tanto con los encuadres genéricos como con los específicos, pero se debe tener una idea del tipo que aparecerá con mayor probabilidad para no pasar otros por alto (Semetko Valkenburg, 2000). No obstante, puede ser fácilmente replicado en otros estudios donde se analicen objetos diversos y se utilicen muestras amplias La aproximación inductiva permite realizar un análisis desde una mirada más amplia que intenta revelar los posibles encuadres presentes en el texto noticioso partiendo de preconcepciones vagamente definidas. No obstante, requiere de un intenso trabajo basado en muestras pequeñas y difícilmente pueda ser replicado, ya que se trata de *frames* particulares del tema analizado (Aruguete & Zunino, 2010).
[197] Los autores reconocen cinco abordajes metodológicos, que no deben ser entendidos como excluyentes: el hermenéutico, el lingüístico, el holístico-manual, el informatizado y el deductivo. Estos son analizados críticamente a la luz los niveles de confiabilidad y validez que cada uno logra alcanzar, lo que les permite concluir que el método propuesto es el más productivo en estos términos.
[198] Matthes & Kohring (2008) identificaron seis *frames* en su estudio, que predominaron en distintas etapas del período estudiado: durante la etapa 1992-1996, “Perspectiva económica”, “Identidad genética” y “Beneficios de la investigación” fueron los encuadres predominantes. Mientras tanto, entre 1997 y 2001, emergieron tres nuevos *frames*, “perspectivas biomédicas”, “investigación biomédica” y “pros y contras de los agro alimentos”.
[199] Aruguete & Koziner (2014) llevaron a cabo una aplicación deductiva de tres encuadres noticiosos genéricos propuestos por las investigadoras holandesas Semetko & Valkenburg (2000), para comparar el tratamiento que los diarios nacionales más importantes —*Clarín*, *La Nación* y *Página/12*— hicieron del “7D”, replicando un estudio originalmente desarrollado en otro contexto. En otras palabras, partieron de un listado de ítems preestablecidos en trabajos previos a fin de determinar el grado de apariciones de los *generic news frames* en los contenidos de los periódicos analizados. Como resultado del trabajo empírico, las autoras hallaron que fueron dos los encuadres que predominaron en la cobertura del caso: “Culpabilidad por el conflicto” y “Consecuencias económicas”, pero ninguno de los dos se había mantenido tal y como habían sido elaborados por Semetko & Valkenburg, sino que fue necesario redefinir los indicadores que integraban los encuadres originales.
[200] El *frame* “Consecuencias económicas” alude a toda información que presenta eventos, temas o problemas en términos del impacto económico-financiero que pudieran tener para un individuo, grupo, institución, región o país (Semetko & Valkenburg, 2000).
[201] El encuadre “Culpabilidad por el conflicto” refiere a todo tipo de reproche que se hace a un actor institucional, a quien se le atribuye la responsabilidad de una acción —deliberada o negligente— que ocasiona perjuicio en otro actor (Aruguete & Koziner, 2014).
[202] La validez de un estudio determina hasta qué punto una variable o una intervención mide lo que se propone medir o logra lo que busca lograr, mientras que la confiabilidad o fiabilidad es la medida de reproducibilidad de un dato: en qué medida distintos codificadores correctamente entrenados alcanzarían los mismos resultados. En este sentido, se supone que un estudio es fiable cuando es capaz de reducir al mínimo la cantidad de errores aleatorios en el procedimiento de medición (Ragin, 2007).
[203] Una variable es un aspecto capaz de variar de un mensaje a otro y, por lo tanto, de adoptar diferentes valores o categorías (Igartua & Humanes, 2004).
[204] Las unidades de registro son los fragmentos de las unidades muestreo que se someten directamente a análisis (Krippendorff, 1990). Por su parte, las unidades de muestreo son “las unidades materiales que, en su conjunto, conforman la realidad investigada” (Colle, 2011, p. 85). Estas son independientes lógica y empíricamente entre sí, de modo que la

eliminación de una de ellas no tiene consecuencias para el análisis de las demás.
[205] En el **Anexo I** de la Tesis se incluye una copia del formulario utilizado por cada codificador para la recolección de los datos.
[206] Por ejemplo, para la variable "tamaño de la nota", la unidad de registro será la página completa. Mientras que para la variable "tópico", las unidades de registro serán fundamentalmente el titular, la bajada y el primer párrafo.
[207] Si bien existe acuerdo entre los teóricos del análisis de contenido respecto de que la muestra debe ser del 10% de las unidades, se recomienda que ésta no sea menor a 50 unidades en total (Igartua, 2006a).
[208] Para *Ámbito Financiero*, esta categoría incluye tanto las notas de portada que, según la edición, ocupan entre 8 y 11 páginas, como aquellas publicadas en la sección "Ámbito Nacional". En el caso de *El Cronista*, se trata de aquellas publicadas en la sección "Economía & Política".
[209] La sección especial se suele crear para dar continuidad a un tema determinado que ha adquirido relevancia. En consecuencia, termina por convertirse en un caso en sí mismo. Se computa esta variable si aparece un cintillo que identifique a las notas publicadas sobre el asunto en cuestión (Aruguete, 2011b).
[210] La operacionalización de esta variable se tomó de los trabajos de Koziner & Zunino (2013), y de Koziner (2015a).
[211] La imagen se tomó de Koziner (2015a).
[212] La operacionalización de esta variable fue tomada del trabajo de Aruguete (2011).
[213] Esta categoría es válida también para aquellos casos en los cuales la información aparece desplegada en más de una página aunque no las abarque por completo.
[214] La operacionalización de esta variable fue elaborada a partir del libro de códigos de Matthes & Kohring (2008).
[215] En caso de que la contratapa del suplemento coincida con la del periódico, se computará esta última opción.
[216] Para la operacionalización de esta variable se tomaron los aportes de los trabajos de Matthes & Kohring (2000), Aruguete (2011b) y Zunino (2014)
[217] Ferree *et al.* (2002) consideran que, en un nivel operacional, el *standing* consiste en la aparición de una fuente o *speaker*, que es citado o parafraseado en los medios. Los autores miden la oportunidad de hacer un comentario acerca del significado del tema en cuestión, "incluso si la ocasión no es utilizada para participar del *framing*. [El *standing*] Indica quién está hablando en el artículo y cuán citado es" (p.89). En esta Tesis se propone ampliar conceptualmente esta noción, pues se considera que la mera aparición de las fuentes no da cuenta de su capacidad de influir en el encuadre del *issue*.
[218] *Speaker* y fuente se emplean aquí como sinónimos. No obstante, la mayoría de las veces se opta por el término *speaker* o portavoz a fin de hacer hincapié en el hecho de que el propósito último es el de medir el grado de *standing* que estos adquieren en los textos.
[219] Las fuentes *off the record* suelen provenir de fuentes oficiales o cercanas a ellas y "en general se entiende por ello que la información entregada es confidencial y no publicable" (Sohr, 1998 citado en Martini, 2000, p. 68).
[220] Se consideran fuentes oficiales funcionarios públicos de cualquiera de los tres poderes del Estado (Bennett, 1996). En el mismo sentido, Steele (1997) entiende que son fuentes no oficiales cualquier individuo o grupo que no es funcionario o institución pública.
[221] Ambas variables fueron tomadas de la investigación de Aruguete (2011b).
[222] Aruguete (2011, p. 253) utiliza estas categorías para analizar el comportamiento de los actores de la cobertura. Aquí se incorporan, también, para los *speakers*.
[223] El término acontecimiento o evento se refiere a "sucesos discretos que están limitados por el espacio y el tiempo" (Rogers & Dearing, 1988)
[224] *El Cronista Comercial*, 8 de octubre de 2009.
[225] *Ámbito Financiero*, 9 de octubre de 2009.
[226] *El Cronista Comercial*, 15 de septiembre de 2009.
[227] *Ámbito Financiero*, 10 de septiembre de 2009.
[228] *Ámbito Financiero*, 22 de octubre de 2009.
[229] *Ámbito Financiero*, 31 de agosto de 2009.
[230] *El Cronista Comercial*, 22 de septiembre de 2009.
[231] *Ámbito Financiero*, 1 de octubre de 2009.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

[232] *El Cronista Comercial*, 10 de septiembre de 2009.
[233] Las conceptualizaciones de "tópico" o "*issue*" y de "tema" definidas aquí difieren de las propuestas por David *et al.* (2009) en el libro de códigos utilizado en su trabajo (David *et al.*, 2011). Para estas autoras, las categorías que integran una y otra variable son las mismas, puesto que la diferencia está dada por el rol que ocupan en el texto noticioso. En este sentido, afirman que el tópico o argumento central suele ser solo uno por nota, mientras que los temas subyacentes relacionados con este pueden ser varios.
[234] David *et al.* (2011), denominan "defensor" o "proponente" (*proponent*) a esta variable. Aquí se prefiere "actor" por considerar que no siempre el protagonista de la nota aparece asociado explícitamente a una postura; muchas veces, se describe una acción.
[235] Tal como se desarrolló en el **Capítulo 2**, los valores propios del 'bienestar económico', como es el caso de la sustentabilidad del sistema de medios, tienen en la norma un peso subordinado a los valores del 'bienestar político' y del 'bienestar sociocultural'.
[236] La formulación de esta variable tomó como antecedentes una serie de trabajos realizados tanto desde la perspectiva de la *Agenda Setting* (Aruguete, 2011b; Casermeiro de Pereson, 2004; McCombs, Llamas, López Escobar, & Rey Lennon, 1997; Nelson, Lecheler, Schuck, & de Vreese, 2012; Zunino, 2014) como desde el *Framing* (David *et al.*, 2011; de Vreese & Boomgaarden, 2003; Koziner, 2015a; Matthes & Kohring, 2008).
[237] Tanto Matthes & Kohring (2008) como David *et al.* (2011) utilizan el término "neutral" para esta categoría. Sin embargo, en la presente investigación (y en sintonía con otros trabajos que operacionalizaron esta variable, como Koziner & Aruguete, 2014; Koziner, 2015a; Zunino, 2014, 2015) se descarta la posibilidad de artículos periodísticos neutrales, dado que estos están insertos en una compleja configuración de relaciones discursivas y sociales que estructuran y condicionan su sentido (Sigal & Verón, 2003) . En función de los objetivos de investigación propuestos y de la estrategia metodológica empleada, se opta por denominar "indefinido" o "ambiguo" a esta categoría, por considerarla más apropiada ya que sin negar la carga valorativa del mensaje, el hincapié está puesto en la imposibilidad de definirla claramente.
[238] *El Cronista Comercial*, 25 de septiembre de 2009.
[239] *Ámbito Financiero*, 10 de septiembre de 2009.
[240] *El Cronista Comercial*, 18 de marzo de 2009.
[241] *El Cronista Comercial*, 6 de octubre de 2009.
[242] *Ámbito Financiero*, 18 de marzo de 2009.
[243] *El Cronista Comercial*, 12 de octubre de 2009.
[244] *Ámbito Financiero*, 15 de septiembre de 2009.
[245] Los formularios, confeccionados en Microsoft Excel, contienen el listado completo de variables a relevar. Cada una de ellas habilita, a la vez, una lista desplegable que contiene el sistema categorial que le corresponde. El/la codificador/a se limita a seleccionar la opción correcta. Al finalizar de completar la ficha, presiona el botón "guardar" y los datos del caso quedan automáticamente asentados en la base de datos. De ese modo, se evitan posibles errores ocasionados por la transcripción manual.
[246] Se excluyeron "N° de caso", "Fecha", "Diario", "Día" y "Número de semana", por tratarse de variables de identificación.
[247] Para calcular el Alfa de Krippendorff (α) se utilizó SPSS macro versión 3.0, de acuerdo con la propuesta de Hayes & Krippendorff (2007).
[248] El alto grado de fiabilidad alcanzado se adjudica, en parte, al agrupamiento de algunas categorías de ciertas variables que se llevó a cabo luego del proceso de codificación. Ello permitió eliminar posibles confusiones entre algunos códigos cuyas diferencias fueron sujeto de debate entre los codificadores.
[249] Bajo el título "Claves y señales (para entender)", el diario publica notas de análisis político, por lo general a página completa. Estas se caracterizan por el estilo informal y el uso de fuentes *off the record*.
[250] Esto suele ocurrir especialmente en *Ámbito Financiero*, según surge de las entrevistas llevadas a cabo para este trabajo.
[251] Este valor resultó de dividir la totalidad de los casos (N=350) por la cantidad total de ediciones (N=342). Ninguno de los dos periódicos se editó el 10 de abril ("viernes santo") ni el 1° de mayo (Día del Trabajador).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

[252] El término “objetivos” se refiere aquí a los aspectos propios del espacio extramediático en la evolución del debate alrededor de la LSCA. No obstante, cabe aclarar que la distinción entre esa dimensión y el espacio público mediatizado es meramente analítica, pues ambas dimensiones se entrecruzan en el marco de sociedades altamente mediatizadas como la actual (Maestri *et al.*, 2014).
[253] La recolección del corpus se inició el 1 de marzo. Sin embargo, no se registraron notas sobre el caso hasta el 18 de ese mes.
[254] *El Cronista Comercial*, 30 de marzo de 2009.
[255] *El Cronista Comercial*, 10 de septiembre de 2008.
[256] *Ámbito Financiero*, 3 de septiembre de 2009.
[257] *El Cronista Comercial*, 10 de septiembre de 2009.
[258] *El Cronista Comercial*, 15 de septiembre de 2009.
[259] *Ámbito Financiero*, 18 de septiembre de 2009.
[260] *Ámbito Financiero*, 23 de septiembre de 2009.
[261] *Ámbito Financiero*, 28 de septiembre de 2009.
[262] *El Cronista Comercial*, 6 de octubre de 2009.
[263] *El Cronista Comercial*, 7 de octubre de 2009.
[264] *Ámbito Financiero*, 9 de octubre de 2009.
[265] *Ámbito Financiero*, 12 de octubre de 2009, recuadro de tapa.
[266] *El Cronista Comercial*, 12 de octubre de 2009, recuadro de tapa.
[267] *El Cronista Comercial*, 12 de octubre de 2009.
[268] *Ámbito Financiero*, 13 de octubre de 2009.
[269] *El Cronista Comercial*, 15 de octubre de 2009.
[270] *El Cronista Comercial*, 16 de octubre de 2009.
[271] *El Cronista Comercial*, 15 de octubre de 2009.
[272] *Ámbito Financiero*, 16 de octubre de 2009.
[273] El período analizado abarca 36 semanas durante las cuales se imprimieron 178 ediciones de cada diario.
[274] Se alude a las semanas 27° (del 31/08 al 04/09), 28° (del 07/09 al 11/09), 29° (del 14/09 al 18/09), 30° (del 21/09 al 25/09), 32° (05/10 al 09/10) y 33° (del 12/10 al 16/10/2009).
[275] Esta cifra suma el 36,5% de las notas que ocupan entre un cuarto y menos de media página y el 23,7% que ocupa entre media página y menos de tres cuartos de página.
[276] Ver el **Gráfico 4.7**.
[277] Son consideradas fuentes oficiales los funcionarios o gubernamental (Steele, 1997).
[278] La primera etapa es la de menor frecuencia de publicación en este diario: solo el 12% de la totalidad de las notas publicadas por *Ámbito* aparecen durante esta fase.
[279] Se trata de un coeficiente que toma el valor 1 cuando existe asociación perfecta entre atributos, cualquiera que sea el número de filas y columnas de la tabla de contingencia analizada.
[280] El tópico ‘Impacto de la medida en el mercado de medios’ alcanzó un 13,8% de frecuencia de aparición. Mientras tanto, ‘Entrada de nuevos actores al sistema’, ‘Manifestaciones en el espacio público / opinión pública’ e ‘Impacto de la medida en el ejercicio del derecho a la libertad de prensa y/o expresión’, alcanzaron el 3,6%, 2,4% y 2 % de frecuencia como tópicos principales de las notas.
[281] La denominación ‘sin fines de lucro’ también fue objeto de numerosas críticas, especialmente, por parte de las organizaciones que impulsan la comunicación “alternativa, popular y comunitaria”. Desde la perspectiva de estos actores sociales, aquella categoría iguala experiencias disímiles, tanto en términos institucionales como de sustentabilidad económico-financiera. Así, se reclama que la categoría ‘sin fines de lucro’ tiene las mismas exigencias para con las emisoras comunitarias que funcionan sobre la base del trabajo social y para con las dependientes de grandes cooperativas o fundaciones, por ejemplo (Vinelli, 2013).
[282] Algunas categorías de la variable ‘*Speaker*’ fueron reagrupadas a fin de que el gráfico gane en claridad.
[283] El *Cronista Comercial*, 19 de marzo de 2009.
[284] Durante esta primera etapa del caso, Néstor Kirchner tuvo un alto nivel de presencia en los diarios pues, entre mediados de marzo y el 25 de junio, se llevó a cabo la campaña por las elecciones legislativas de medio término, en las cuales se postuló como primer

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

candidato a diputado nacional del FPV por la provincia de Buenos Aires. Muchas de sus declaraciones acerca de la LSCA se produjeron en el marco de actos de campaña.
[285] De esta proporción, siete de cada diez son empresas de medios y los restantes pertenecen al sector de las 'telcos'.
[286] Según Coronel & Zamichiei (2013), hubo otros tres debates parlamentarios en los cuales se involucraron los gobernadores durante 2009: el que culminó en la aprobación de la Ley N° Ley 26.495, que fija el 28 de junio de ese año como fecha para las elecciones de senadores y diputados nacionales (el 26 de marzo); el de la Ley N° 26.519, que delega al PEN las facultades legislativas sobre materias determinadas de administración o situaciones de emergencia pública (sancionada el 20 de agosto) y el que giró en torno al a sanción de la Ley N° 26.571 "de democratización de la representación política, la transparencia y la equidad electoral" (el 2 de diciembre), que establece la realización de elecciones PASO.
[287] *El Cronista Comercial*, 8 de octubre de 2009.
[288] *Ámbito Financiero*, 2 de octubre de 2009.
[289] *El Cronista Comercial*, 25 de septiembre de 2009.
[290] *El Cronista Comercial*, 25 de septiembre de 2009.
[291] *Ámbito Financiero*, 1 de octubre de 2009.
[292] *Ámbito Financiero*, 15 de octubre de 2009.
[293] *El Cronista Comercial*, 19 de octubre de 2009.
[294] *Ámbito Financiero,* 12 de octubre de 2009.
[295] *Ámbito Financiero,* 14 de octubre de 2009.
[296] *El Cronista Comercial*, 12 de octubre de 2009.
[297] *El Cronista Comercial*, 13 de octubre de 2009.
[298] *El Cronista Comercial*, 16 de octubre de 2009.
[299] El *speaker* 'Gobierno nacional' agrupa las categorías 'Presidenta de la Nación', 'COMFER' y 'funcionarios del Gobierno de la Nación'.
[300] Se trata, además, del tópico de mayor frecuencia, pues el 32,4% de los casos tratan de esta cuestión.
[301] *El Cronista Comercial*, 19 de marzo de 2009.
[302] *Ámbito Financiero*, 25 de septiembre de 2009.
[303] En el marco de este tópico, el nivel de aparición de los legisladores del oficialismo es sensiblemente menor que el de los pertenecientes a la oposición. Estos predominan fuertemente aún si se suman a las declaraciones de los parlamentarios oficialistas las de los miembros del PEN.
[304] *El Cronista Comercial*, 17 de septiembre de 2009.
[305] *Ámbito Financiero*, 4 de septiembre de 2009.
[306] *El Cronista Comercial*, 2 de octubre de 2009.
[307] *Ámbito Financiero*, 18 de septiembre de 2009.
[308] *El Cronista Comercial*, 2 de octubre de 2009.
[309] *Ámbito Financiero*, 15 de septiembre de 2009.
[310] *El Cronista Comercial*, 15 de septiembre de 2009.
[311] *El Cronista Comercial*, 8 de septiembre de 2009.
[312] *El Cronista Comercial*, 22 de septiembre de 2009.
[313] *El Cronista Comercial*, 31 de agosto de 2009
[314] Este punto fue abordado en el **Capítulo 2** de esta Tesis.
[315] *El Cronista Comercial*, 15 de septiembre de 2009.
[316] *Ámbito Financiero*, 15 de septiembre de 2009.
[317] En el **Capítulo 3** se hace mención a los vínculos societarios entre el Grupo Uno y Francisco de Narváez, propietario de *El Cronista Comercial*.
[318] Poder Ciudadano es una una fundación apartidaria y sin fines de lucro que nació en 1989. Según dejan expresado en su sitio oficial. Su misión es "promover la participación ciudadana, la transparencia y el acceso a la información pública para fortalecer las instituciones de la democracia a través de la acción colectiva. Nos mueve la visión de una red de personas e instituciones comprometidas con los asuntos públicos a escala local, nacional e internacional en pos de sociedades democráticas e inclusivas" (http://poderciudadano.org/).
[319] *El Cronista Comercial*, 25 de septiembre de 2009.

[320] *Ámbito Financiero*, 15 de septiembre de 2009.
[321] El resto de las valoraciones (45,2%) fueron codificadas como “no definidas o ambiguas”.
[322] *El Cronista Comercial*, 19 de marzo de 2009.
[323] Concretamente, los *speakers* aluden a la ‘libertad de expresión’ en un 20% de las notas en las que participan como fuentes, a la ‘diversidad en un 15%’ y a la sustentabilidad del mercado de medios en un 35% de las unidades.
[324] Los porcentajes son indicativos, pues las frecuencias absolutas son relativamente bajas.
[325] En el 12,4% restante de los casos, la iniciativa fue valorada positivamente por esta fuente.
[326] Los *speakers* aluden a la ‘libertad de expresión’ en un cuarto de las notas en las que participan como fuentes, a la ‘diversidad en un 10%’ y a la sustentabilidad del mercado de medios en un 16% de las unidades.
[327] Los porcentajes son indicativos, pues las frecuencias absolutas son relativamente bajas.
[328] En el 10,6% restante de los casos, la iniciativa fue valorada positivamente por esta fuente. Este tipo de juicios se distribuyó de modo equitativo entre las empresas de medios y las de telecomunicaciones.
[329] Los *speakers* del ‘sector empresario’ se expresan acerca de la ‘libertad de expresión’ en el 47% de los casos en que son citados. Por otra parte, aluden a la ‘diversidad’ en 39% de los casos y a la sustentabilidad del sistema en un 76%.
[330] *El Cronista Comercial*, 25 de septiembre de 2009.
[331] *Ámbito Financiero*, 10 de septiembre de 2009.
[332] *El Cronista Comercial*, 4 de septiembre de 2009.
[333] La semana N° 27 del corpus abarca desde el 31 de agosto hasta el 4 de septiembre.
[334] *El Cronista Comercial*, 15 de septiembre de 2009.
[335] Los porcentajes son indicativos, pues las frecuencias absolutas son relativamente bajas.
[336] Este grupo de *speakers* se expresan acerca de la libertad de expresión en el 47% de los casos en que son citados.
[337] *Ámbito Financiero*, 29 de septiembre de 2009.
[338] La frecuencia de menciones al valor ‘sustentabilidad del sistema’ es del 20% y se distribuye equitativamente entre las categorías ‘economías de escala’ y ‘mercado competitivo’.
[339] *El Cronista Comercial*, 8 de septiembre de 2009.
[340] Los porcentajes son indicativos, pues las frecuencias absolutas son relativamente bajas.
[341] La versión utilizada es la 20.
[342] El IBM SPSS Statistics ofrece tres métodos de agrupación en clústeres: el nodo K-medias, el nodo Bietápico y el jerárquico.
[343] A fin de agilizar la lectura, no se incluyen los porcentajes de aparición que adquiere cada uno de los códigos que integran los paquetes de encuadre. Estos pueden consultarse en el **Anexo II**.
[344] Aruguete (2011, p. 253) utiliza los términos “atribución individual”, “atribución institucional” y “atribución mixta” para analizar el comportamiento de los actores de la cobertura. Aquí se incorporan, también, para los *speakers*. En aquel trabajo, la primera categoría se refiere a los individuos que son identificados por su nombre, sin hacer mención al cargo que ocupan o a su pertenencia institucional. La segunda, identifica a las instituciones o cargos que son aludidos sin hacer ninguna referencia individual. La atribución mixta, por último, incorpora ambos rasgos: el nombre del actor y el cargo que ocupa o su pertenencia institucional.
[345] *Ámbito Financiero*, 15 de octubre de 2009.
[346] Como se dijo, Néstor Kirchner no pertenece al Gobierno, aunque se lo considera un representante del mismo. La figura del ex Presidente y la de la Presidenta aparecen con frecuencia englobadas en el apelativo “los Kirchner”.
[347] *El Cronista Comercial*, 18 de septiembre de 2009.
[348] *Ámbito Financiero*, 23 de octubre de 2009.
[349] Las divergencias entre el *frame* ‘disputa político-institucional’ creado en Koziner (2015a)

y esta investigación, responden a las particularidades de los casos pero también, y fundamentalmente, a las variables propuestas para el *frame element* 'atribución causal', pues en aquel trabajo esta se conformaba por los riesgos y beneficios asociados al problema.

[350] *El Cronista Comercial*, 30 de marzo de 2009.

[351] *El Cronista Comercial*, 10 de septiembre de 2009.

[352] *El Cronista Comercial*, 10 de septiembre de 2009

[353] *Ámbito Financiero*, 30 de septiembre de 2009.

[354] En tercer término, aparece la mediática (20,6%); es decir, la de los medios masivos no entendidos como empresas sino como instrumentos de comunicación: "La visión del diario 'El País'" (*El Cronista Comercial*, 8 de septiembre de 2009; "Medios denuncian interferencias" (*Ámbito Financiero*, 26 de marzo de 2009).

[355] *El Cronista Comercial*, 8 de septiembre de 2009.

[356] *El Cronista Comercial*, 9 de septiembre de 2009.

[357] *Ámbito Financiero*, 9 de octubre de 2009.

[358] *El Cronista Comercial*, 28 de agosto de 2009.

[359] *Ámbito Financiero*, 26 de agosto de 2009.

[360] Esta comprensión del 'interés público' se desarrolla en detalle en el apartado **2.4.1.1. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el interés público**.

[361] Estos porcentajes tomaron como valores 'perdidos' aquellos casos en los que no se mencionan ninguna de las categorías (35%), pues interesa aquí detenerse en los las unidades que sí expresan una evaluación moral en relación con el 'interés público'. Tal como sostiene Entman (1993), un *frame* presente en un texto determinado no incluye necesariamente las cuatro funciones sino solo alguna o algunas de ellas, pues el poder de un encuadre para organizar el sentido se despliega a lo largo de distintos textos y puede adquirir formas diversas.

[362] *El Cronista Comercial*, 24 de marzo de 2009.

[363] *Ámbito Financiero*, 1 de septiembre de 2009.

[364] *El Cronista Comercial*, 10 de septiembre de 2009.

[365] *Ámbito Financiero*, 28 de agosto de 2009.

[366] *El Cronista Comercial*, 23 de marzo de 2009.

[367] *El Cronista Comercial*, 15 de septiembre de 2009.

[368] *Ámbito Financiero*, 1 de octubre de 2009.

[369] La excepción son los representantes de partidos políticos, que aparecen como *speakers* pero no como actores principales o secundarios: por lo general, son fuente de aquellas notas protagonizadas por el Gobierno nacional.

[370] *El Cronista Comercial*, 15 de septiembre de 2009.

[371] *El Cronista Comercial*, 15 de septiembre de 2009.

[372] *El Cronista Comercial*, 30 de septiembre de 2009.

[373] *Ámbito Financiero*, 28 de agosto de 2009.

[374] *El Cronista Comercial*, 31 de agosto de 2009.

[375] *Ámbito Financiero*, 1 de octubre de 2009.

[376] Aunque la proporción de juicios negativos y ambiguos o indefinidos es similar, se considera que la tendencia es negativa porque el 60% del total de las notas del universo que juzgan negativamente a la LSCA se agrupan en este clúster (el 40% restante forma parte del *frame* 'interés público sociocultural').

[377] Al igual que para el *frame* 'interés público sociocultural', se tomaron como valores 'perdidos' los casos que no mencionan ninguna de las categorías (31%), pues interesa analizar las unidades que sí expresan una evaluación moral en relación con el tipo de 'interés público' promovido por la LSCA. En sintonía con lo expresado por Entman (1993), un *frame* presente en un texto no incluye necesariamente las cuatro funciones sino solo alguna o algunas de ellas; el poder de un encuadre para organizar el sentido se despliega a lo largo de distintos textos y adquiere formas variadas.

[378] El concepto remite a la idea de que, mediante una modificación en el ordenamiento jurídico, el Estado habría generado una situación de inseguridad en los concesionarios de licencias audiovisuales, pues estos tendrían derecho a "permanecer amparados en reglas que se dieron en un momento anterior" (Arballo, 2013, p. 1). Las consecuencias serían, según sostiene Arballo (2013), que se generarían "sistemas asimétricos (los anteriores

quedan regulados por legislación previa, los nuevos con la nueva) y por ende inequitativos" (p. 1).

[379] Por cierto, el poder organizador de los *frames* no es homogéneo; hay diferencias significativas entre ellos.

[380] Iyengar (1987) halló que las noticias televisivas se caracterizan por un abordaje episódico de los asuntos, pues suelen cubrir acontecimientos concretos y particulares. Este tipo de tratamiento, promueve la consideración de responsabilidades individuales. En cambio, la cobertura temática apunta a una responsabilidad de tipo social.

[381] Thomas, W. I., & Thomas, D. S. (1928). *The Child in America: Behavior Problems and Programs*. New York: Knopf.

[382] Esta categoría incluyó al ex Presidente Néstor Kirchner, que no pertenecía estrictamente al grupo de actores oficiales aunque, por lo general, actuó en su representación.

[383] El punto neurálgico de esa historia se produjo en 1989, cuando Ramos se presentó, a través de la sociedad Argentevé S.A., como oferente en la licitación de canal 13 y perdió frente a ARTeAr, de Clarín (Ulanovsky, 2011b).

[384] Como se ha dicho en el Capítulo 3, en *Ámbito Financiero* el uso del *off the record* fue una práctica más frecuente.

[385] Parte de ese proceso es descrito en un trabajo previo (Koziner, 2015ª).

[386] El 10 de diciembre asumió el Presidente Mauricio Macri en nombre de la coalición política Cambiemos, luego de haberle ganado las elecciones al candidato del oficialismo Daniel Scioli en segunda vuelta con el 51,32% de los votos.

[387] Entre las primeras medidas se cuentan el Decreto N° 236/15 (BO 23/12/2015) y los DNU N° 12/15 (BO 11/12/2015), 13/15 (BO 11/12/15) y, especialmente, el 267/2015 (BO 4/01/2016).

[388] Publicada en el BO 15/04/2016.

[389] Disponibles en http://bit.ly/29zkLgJ.

[390] Los porcentajes asignados a cada una de las variables que componen el encuadre 'Disputa político-institucional' parten de considerar a los 194 casos que lo integran como la totalidad del universo (100%).

[391] Los porcentajes asignados a cada una de las variables que componen el encuadre 'Ampliación del interés público' parten de considerar a los 67 casos que lo integran como la totalidad del universo (100%).

[392] Los porcentajes asignados a cada una de las variables que componen el encuadre 'Interés público empresario' parten de considerar a los 89 casos que lo integran como la totalidad del universo (100%).

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albornoz, L. (2006). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red* (1ª ed.). Buenos Aires: La Crujía.

Albornoz, L., & Hernández, P. (2009). La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: concentración, desnacionalización y ausencia de control público. En G. Mastrini (Ed.), *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y política de comunicación en la Argentina (1920- 2007)* (2°, pp. 261–290). Buenos Aires: La Crujía.

Alonso, L. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.

Amadeo, B. (1999). *La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996)*. Universidad de Navarra, Pamplona, España.

Amadeo, B. (2007). Framing, Agenda Setting and Priming: Different Answers to Different Questions. En *Fifth Annual Congress of Communication in the Millennium.* (pp. 65–77). Bloomington, Estados Unidos: Indiana University.

Amadeo, B. (2008). Framing: Modelo para armar. En M. T. Baquerín de Riccitelli (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* (1ª ed., pp. 183–281). Buenos Aires: EDUCA.

Amado, A. (2007). *Noticias de los medios. La producción de información y los diarios argentinos en el cambio de siglo*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Argentina. Buenos Aires, Argentina.

Amado, A. (2010). Producción de noticias. En A. Amado (Ed.), *Prensa y comunicación. Relaciones informativas responsables.* (pp. 43–62). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

Amado, A. (2014). *La comunicación pública como espectáculo. Relatos de la Argentina del siglo XXI* (1°). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

Arballo, G. (2013). Memo para Wall Street : derechos de propiedad , seguridad jurídica y el fallo de la Corte en Ley de Medios (siete cosas y dos posdatas). Recuperado 10 de septiembre de 2016, a partir de http://www.saberderecho.com/2013/11/memo?para?wall?street?derechos?de.html

Arbilla, D. (2006). Para andar el camino. En G. Mastrini & M. Becerra (Eds.), *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina* (1°, pp. 19–25). Buenos Aires: Prometeo Libros / Instituto Prensa y Sociedad.

Arceo, E., Basualdo, E., & Arceo, N. (2009). *La crisis mundial y el conflicto del agro*. *La crisis mundial y el conflicto del agro* (1ª ed.). Buenos Aires: Editorial La Página S.A.

Archondo, R. (2003). *Incestos y blindajes. Una radiografía del juego político-periodístico* (1°). La Paz: Plural editores.

Arrese, Á. (2006). Periodismo económico. Entre la simplificación y el rigor. *Cuadernos de Información ISSN:*, (19), 42–49.

Arrueta, C. (2009). *Rutinas de producción y calidad periodística en diarios de referencia dominante. El caso Jujuy, una provincia periférica argentina*.

Arrueta, C. (2010). Entender los medios, estudiar las noticias. Una propuesta epistemológica y metodológica para el estudio de procesos de producción informativa. En C. Arrueta, M. Brunet, & J. Guzmán (Eds.), *La comunicación como objeto de estudio. Teoría, metodología y experiencias en investigación* (pp. 215–241). Ediciones DASS.

Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. Clarín. (1997). *Manual de estilo*.

Aruguete, N. (2007). *La imagen de Entel en la prensa argentina durante su privatización. Un análisis de contenido de la cobertura periodística en el período Agosto-Octubre de 1990*. Universidad Nacional de San Martín.

Aruguete, N. (2010). Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de ENTEL. *América Latina Hoy*, *54*, 113–137.

Aruguete, N. (2011a). Framing. La perspectiva de las noticias. *La Trama de la Comunicación*, *15*, 67–80.

Aruguete, N. (2011b). *Los medios y la privatización de ENTel* (1°). Berlin: Editorial Académica Española.

Aruguete, N. (2012a). *Teorías de la opinión pública y de construcción de agenda* (1°). Bernal: Universidad Virtual de Quilmes.

Aruguete, N. (2012b, agosto 6). "Los medios tradicionales también marcan la agenda de las redes sociales". *Página/12*. Buenos Aires.

Aruguete, N. (2013). La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político. *Austral Comunicación*, *2*(2), 205–216.

Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda. Política, medios y público* (1°). Buenos Aires: Biblos.

Aruguete, N., & Koziner, N. (2014). La cobertura mediática del "7D" en la prensa argentina. Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a los principales diarios nacionales. *Disertaciones. Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, *7*(1), 129–165.

Aruguete, N., & Zunino, E. (2010). El encuadre de las noticias. En L. Luchessi (Ed.), *Nuevos escenarios detrás de las noticias* (1°, pp. 37–50). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

Aruguete, N., & Zunino, E. (2013). La cobertura mediática del conflicto campo – gobierno. Un estudio de caso. *Global Media Journal México*, *7*(14), 1–23.

Asiain, A., & Putero, L. (2013, febrero 17). "Se viene un nuevo Rodrigazo". *Página/12*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Badillo, Á., Mastrini, G., & Marenghi, P. (2012). Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina. Salamanca/ Quilmes.

Bagdikian, B. H. (1986). *El monopolio de los medios de difusión*. México: Fondo de Cultura Económica.

Bailyn, L. (1977). Research as a Cognitive Process: Implications for Data Analysis. *Quality and Quantity*, *XI*(2), 97–117.

Baranchuk, M. (2009). Canales 11 y 13: la primera privatización de la década menemista. En G. Mastrini (Ed.), *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007)* (pp. 215–237). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

Baranchuk, M. (2011). La Democracia necesitaba su Ley. La historia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En M. Baranchuk & J. Rodríguez Usé (Eds.), *Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual* (1°). Lomas de Zamora: Universidad de Lomas de Zamora.

Baranchuk, M., & Rodríguez Usé, J. (2011). *Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual* (1°). Lomas de Zamora: Universidad de Lomas de Zam.

Bardin, L. (2002). *Análisis de Contenido* (3°). Madrid: Akal.

Barsky, O., & Dávila, M. (2008). *La Rebelión Del Campo: Historia Del Conflicto Agrario Argentino*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Basualdo, E. (2008). La distribución del ingreso en la Argentina y sus condicionantes estructurales. En C. de E. L. y Sociales (Ed.), *Derechos humanos en Argentina. Informe 2008* (1°, pp. 308–326). Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.

Basualdo, E. (2011). Tercer ensayo. La pugna social para definir el tipo de hegemonía

política y un nuevo patrón de acumulación del capital (de 2002 a la actualidad). En *Sistema político y modelo de acumulación. Tres ensayos sobre la argentina actual* (1°, pp. 123–205). Buenos Aires: Atuel.

Bateson, G. (1988). Una teoría del juego y de la fantasía. En *Pasos hacia una ecología de la mente. Una aproximación revolucionaria a la autocomprensión del hombre* (1°, pp. 205– 221). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Lohlé Lumen.

Becerra, M. (2005). De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso. *Revista Zer de estudios de comunicación*.

Becerra, M. (2010). Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina. En G. Lugones & J. Flores (Eds.), *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario* (1ª ed., pp. 139–165). Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Becerra, M. (2012). Cuando los medios se polarizan. *Ámbito Financiero*, pp. 7–9. Buenos Aires. Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad*, (249), 61–74.

Becerra, M. (2015a). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en América Latina* (1°). Buenos Aires: Paidós.

Becerra, M. (2015b). *De la concentración a la convergencia: políticas de medios en Argentina y América Latina* (1ª ed.). Buenos Aires: Paidós.

Becerra, M., & Lacunza, S. (2012). *Wiki Media Leaks. La relación entre medios y gobiernos de América Latina najo el prisma de los cables de WikiLeaks* (1°). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones B.

Becerra, M., & López, S. V. (2009). La contienda mediática. Temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el gobierno y las entidades del campo argentino en 2008. *Revista de Ciencias Sociales*, *1*(16), 9–30.

Becerra, M., Marino, S., & Mastrini, G. (2012). *Los medios digitales: Argentina* (1°). Lonres: Open Society Foundations.

Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI* (1ª ed.). Buenos Aires: Prometeo.

Becerra, M., & Mastrini, G. (2011). *Transformaciones en el sistema de medios en la Argentina del Siglo XXI* (No. 21). *Democracia y medios de comunicación*.

Becerra, M., & Mastrini, G. (2016). *Políticas de medios del kirchnerismo: análisis de las políticas de comunicación 2003-2015 y agenda pendiente*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Beixiga, F., Beltrán, R., Martínez Elebi, C., & Vasconcelos, M. (2014). La liebre y las dos tortugas: Clarín, Página/12 y Ámbito Financiero. En M. Becerra & R. Beltrán (Eds.), *Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de teconologías de la información en medios de comunicación* (1°, pp. 43–56). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Proyecto UBACYT “Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia”.

Bélanger, A.-J. (1995). La comunicación política, o el juego del teatro y de las arenas. En M. J. Gilles Gauthier, A. Gosselin, & J. Mouchon (Eds.), *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.

Benford, R. D., & Snow, D. a. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview

and Assessment. *Annual Review of Sociology*, *26*(1), 611–639.

Bennett, W. L. (1990). Toward a Theory of Press-State Relations in the United States. *Journal of Communication*, *40*(2), 103–127.

Bennett, W. L. (1996). An introduction to journalism norms and representations of politics. *Political Communication*, *13*(4), 373–384.

Bennett, W. L. (2012). *News. The Politics of Illusion* (9°). Illinois, Estados Unidos: Pearson Education, Inc.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. *Buenos Aires* (17°). Buenos Aires: Amorrortu editores.

Bizberge, A., & Goldstein, A. (2014). *Observatorio Latinoamericano 14. Medios y Gobiernos latinoamericanos en el siglo XXI: las tensiones de una compleja relación*. (A. Bizberge & A. Goldstein, Eds.) (1°). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Bizberge, A., Mastrini, G., & Becerra, M. (2011). La televisión digital terrestre en Argentina: entre la geopolítica regional y la iniciativa estatal. En A. Badillo Matos & F. Sierra Caballero (Eds.), *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y perspectiva* (1ª ed., pp. 193–221). Quito: Quipus.

Blanco, D., & Germano, C. (2005). *20 años de medios & democracia en Argentina* (1ª ed.). Buenos Aires: La Crujía.

Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2016a). Incidental News : How Young People Consume News on Social Media. En *50th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)* (pp. 1–8). Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Evanston.

Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2016b, julio). El medio ya no es el mensaje. *Revista Anfibia*. Recuperado a partir de http://www.revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya- no-mensaje/

Borah, P. (2011). Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature. *Journal of Communication*, *61*(2), 246–263.

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político* (1°). Barcelona: Gustavo Gili.

Brandenburg, H. (2002). Who Follows Whom? The Impact of Parties on Media Agenda Formation in the 1997 British General Election Campaign. *Pess/Politics*, *7*(3), 34–54.

Brosius, H. B., & Eps, P. (1995). Prototyping through Key Events: News Selection in the Case of Violence Against Aliens and Asylum Seekers in Germany. *European Journal of Communication*, *10*(3), 391–412.

Brüggemann, M. (2014). Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory*, *24*(1), 61–82.

Buckley, S., Duer, K., Mendel, T., Siochrú, S. Ó., Price, M. E., & Raboy, M. (2008). *Broadcasting, Voice, and Accountability: A Public Interest Approach to Policy, Law, and Regulation*. Michigan: University of Michigan Press.

Busso, N., & Jaimes, D. (2011). *La Cocina de la Ley. El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina*. (N. Busso & D. Jaimes, Eds.) (1°). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO).

Caballero Romero, J. J. (1991). Etnometodología: una explicación de la construcción social de la realidad. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis)*, (56), 83–114.

Califano, B. (2009). Comunicación se excribe con K. La radiodifusión bajo el Gobierno de Néstor Kirchner. En G. Mastrini (Ed.), *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y política de comunicación en la Argentina (1920-2007)* (2° ampliad, p. 384). Buenos Aires: La Crujía.

Califano, B. (2014). *Políticas de comunicación en la Argentina. Estudio del proceso privatizador de los canales de television 11 y 13 de la Ciudad de Buenos Aires*. Universidad de Buenos Aires.

Calvo Gutiérrez, E. (2011). La Supervivencia del Gran Periodismo Financiero. *Fonseca. Journal of Communication*, *2*, 54–70.

Cámara de Senadores de la Nación Argentina. (2009). *Reunión plenaria de las comisiones de Sistemas, Medios de Comunicación, Libertad de Expresión, de Asuntos Constitucionales, de Presupuesto y Hacienda y de Industria y Comercio. Versión taquigráfica*. Buenos Aires.

Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1996). News Frames, Political Cynicism, and Media Cynicism. *Annals AAPSS*, *546*, 71–84.

Carragee, K., & Roefs, W. (2004). The Neglect of Power in Recent Framing. *International Communication Association*, (June), 214–233.

Carrasco, M. (2009). *Políticas Sociales en el Congreso de la Nación Argentina: 2002-2009*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Casermeiro de Pereson, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires* (1ª ed.). Buenos Aires: EDUCA.

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. *Journal of Communication*, *57*(1), 99–118.

CIDH. (2000). Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión. En *108° período de sesiones* (pp. 1–3). Recuperado a partir de http://www.cidh.oas.org/Basicos/Basicos13.htm

CMSI. (2004). Declaración de Principios. Construir la sociedad de la información: un desafío mundial para el nuevo milenio. En *Documento WSIS-03/GENEVA/4-S*. Ginebra: CMSI. Recuperado a partir de http://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/dop-es.html

Coca, C., & Diezhandino, P. (1991). *Periodismo económico*. Madrid: Parainfo.

Colle, R. (2011). *El análisis de contenido de las comunicaciones*. *Colección Cuadernos Artesanos de Latina* (9°, Vol. 11-12–13). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Communic@tions Management Inc. (2011). *Sixty years of daily newspaper circulation trends*. Recuperado a partir de http://media-cmi.com/downloads/Sixty_Years_Daily_Newspaper_Circulation_Trends_050611.pdf

Compaine, B. M., & Gomery, D. (2000). *Who owns the media?: competition and concentration in the mass media industry* (3°). Mahwah, N.J.: Erlbaum Associates.

Congreso de la Nación Argentina. Constitución de la Nación Argentina (1994). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Congreso de la Nación Argentina. Ley 26.522. Servicios de Comunicación Audiovisual y reglamentación (2009). Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Córdoba, L. (2011). La Coalición por una radiodifusión democrática: regeneración del espacio público y ejercicio de ciudadanía. *Argumentos. Revista de crítica social. Comunicación, medios y políticas públicas. El panorama actual en América Latina*, (13), 133–157.

Córdoba, L. (2013). *Medios masivos y ciudadanía: conceptos y prácticas para la democratización del espacio público mediatizado. El caso de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (Argentina, 2004-2009)*. Universidad de Buenos Aires.

Coronel, A., & Zamichiei, B. (2013). Gobernadores, Matriz Productiva Provincial Y Relación Ejecutivo-Legislativo. Evidencias Del Caso Argentino Durante La Presidencia De Cristina Kirchner. *Global Journal of Human Social Science*, *XIII*(I), 1–16.

Corte IDH. Opinión Consultiva OC-5/85: La Colegiación Obligatoria de periodistas (arts. 13 y 29 de la Convención Americana de Derechos Humanos). (1985). Recuperado a partir de http://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_05_esp.pdf

Covalesky Dias, E. (2016). La madre de todas las batallas: Clarín vs. Kirchner y la mediatización en Argentina. *La Trama de la Comunicación*, *20*(2), 195–216.

Creswell, J. W. (1994). *Research Design. Qualitative and Quantitative Approaches,*. Thousand Oaks: Sage Publications.

CSJN. G. 439. XLIX. Grupo Clarin SA y otros c/ Poder Ejecutivo Nacional y otros s/ acción meramente declarativa (2013).

Curtis, M. K. (2000). *Free Speech, "The People's Darling Privilege": Struggles for Freedom of Expression in American History*. Duke University Press.

D'Adamo, O., García Beaudoux, V., & Freidenberg, F. (2000). Anatomía de un destino. Disecciones y vivisecciones psicosociales actuales de los efectos de los medios de comunicación de masas. En *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen, ¿vale más que mil palabras?* Buenos Aires: Editorial de Belgrano.

D'Angelo, P. (2002). News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *International Communication Association*, (December), 870–888.

D'Angelo, P. (2012). Studying Framing in Political Communication with an Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, *56*(3), 353–364.

D'Haenens, L., & de Lange, M. (2001). Framing of asylum seekers in Dutch regional newspapers. *Media, Culture & Society*, *23*(6), 847–860.

David, C. C., Atun, J. M., Fille, E., & Monterola, C. (2009). Coding Scheme for News Articles Framing of Population and Family Planning Version 5_07.22.09. Codebook, Quezon City.

David, C. C., Atun, J. M., Fille, E., & Monterola, C. (2011). Finding Frames: Comparing Two Methods of Frame Analysis. *Communication Methods and Measures*, *5*(4), 329–351.

De Charras, D. (2012). Democratizar la comunicación audiovisual en Argentina: una carrera de obstáculos. *Revista Sociedad*, (31), 198.

De Diego, J. (2015). *La prensa escrita durante el Gobierno de Néstor Kirchner. Periodismo de opinión y disputas por el sentido político frente al proceso de construcción del kirchnerismo*. Universidad Nacional de La Plata.

De George, W. (1981). Conceptualization and measurement of audience agenda. En G. C. Wilhoit & DeBeck (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook* (pp. 219–224). Beverly Hills, CA: Sage.

de la Torre, L., & Pajoni, H. (2014). *La representación de la actualidad en las encrucijadas políticas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

De Maio, M. (2015). *Media Ownership and Democracy: Effects of the New Audiovisual Media Law Coverage in Argentina*. University of Florida.

De Moraes, D. (2011). *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

de Vreese, C. H. (2002). *Framing Europe: Television News and European Integration*. Amsterdam: Aksant Academic Publishers.

de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and Typology. *Information Design Journal + Document Design*, *13*(1), 51–62.

de Vreese, C. H., & Boomgaarden, H. G. (2003). Valenced news frames. *Communications*, *28*(28), 361–381.

de Vreese, C. H., Peter, J., & Semetko, H. A. (2001). Framing Politics at the Launch of the Euro: A Cross-National Comparative Study of Frames in the News. *Political Communication*, *18*(107), 107–122.

Del Río, R. (2004). *Periodismo económico y financiero* (1°). Madrid: Editorial Síntesis.

Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (2°). New York: McGraw-Hill Book Company.

Di Paolo, B. (2016). *Política y medios: el debate de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la prensa nacional: Clarín, La Nación y Página 12 en el periodo: 2009 y 2013*. Iniversidad Nacional de Cuyo.

Diez, M. M. (1950). *Servicio Público de la Radiodifusión*. Buenos Aires: Valerio Abeledo.

Downs, A. (1962). The Public Interest: Its Meaning in a Democracy. *Social Research*, *29*(1), 1–36.

Doyle, G. (2002). *Media Ownership* (1°). London, California & New Delhi: Sage Publications. Duff, P. (2008). *Case Study Research in Applied Linguistics*. New York & London: Lawrence
Erlbaum Associates.

Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros* (1°). México D.F.: Alfaomega Grupo Editor.

Edwards, R., & Holland, J. (2013). *What is Qualitative Interviewing? "What is?" Research Methods Series* (1°, Vol. 7). London & New York: Bloomsbury Publishing Plc.

Eilders, C. (1997). *The impact of editorial content on the political agenda in Germany: theoretical assumptions and open questions regarding a neglected subject in mass communication research*. *Discussion Paper FS III*. Berlin.

Eilders, C. (2000). Media as political actors? Issue focusing and selective emphasis in the German Quality Press. *German Politics*, *9*(3), 181–206.

El Cronista Comercial. (2008, abril 29). Testigo de un siglo. *El Cronista Comercial*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado a partir de http://www.cronista.com/general/Testigo-de-un-siglo-20080430-0002.html

El País. (2002). *Manual de Estilo del diario El País de España*. España. Recuperado a partir de http://blogs.elpais.com/files/manual-de-estilo-de-el-pa%C3%ADs.pdf

Elíades, A. (2003). Historia legal de la radio y de la televisión en Argentina. *Oficios Terrestres*, *IX*(13), 33–56.

Elíades, A. (2004). La regulación del servicio de radiodifusión en Argentina. Un abordaje histórico normativo, conceptual y en el Derecho Comparado. *Revista Argentina del Régimen de la Administración Píública*, *XXVI*(304), 25–60.

Elíades, A. (2009). La regulación de los servicios de comunicación audiovisual en la sociedad de la información y el conocimiento. En *Medios de comunicación en la Argentina. Diagnóstico y prospectiva. Tomo I* (pp. 19–44).

Elíades, A. (2015). *Derecho a la Comunicación y 30 años de democracia* (1°). La Plata: EDULP.

Entman, R. M. (1991). Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents. *Journal of Communication*, *4*(41), 6–27.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, *43*(4), 51–58.

Entman, R. M. (2003). Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11. *Political Communication*, *20*(4), 415–432.

Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.

Fernández, A. (2005). Las políticas públicas. En M. Caminal Badia (Ed.), *Manual de Ciencia Política* (2°). Madrid: Tecnos Editorial.

Ferree, M. M., Gamson, W. A., Gerhards, J., & Rucht, D. (2002). *Shaping Abortion Discourse. Democracy and the Public Sphere in Germany and the United States* (1°). Cambridge.

Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia* (1ª ed.). Buenos Aires: Tres

Tiempos. Fiss, O. (1999). *La ironía de la libertad de expresión*. Barcelona: Gedisa.

Fiss, O. (2004). Libertad de expresión y estructura social. En Miguel Carbonell (Ed.), *Problemas Contemporáneos de la Libertad de Expresión* (Traducción). México: Porrua CNDH.

Fontcuberta, M. de, & Borrat, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción* (1ª ed.). Buenos Aires: La Crujía.

Fox, E., & Waisbord, S. (2002). *Latin Politics, Global Media* (1°). Austin: University of Texas Press.

Freedman, D. (2006). Las actuales dinámicas del poder en la elaboración de políticas de medios. *Media, Culture & Society*, *28*, 1–12.

Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy* (1°). Cambridge: Polit.

Frutos Esteban, F. J. (2008). El análisis de contenido y la organización de repertorios culturales: El caso de las placas de linterna mágica. *Revista Latina de Comunicación Social*, *63*, 265– 276.

Galdón López, G. (1994). *Desinformación: método, aspectos y soluciones*. Pamplona: Eunsa. Galperín, H. (2002). Transforming Television in Argentina Market Development and Policy Reform in the 1990s. En E. Fox & S. Waisbord (Eds.), *Latin Politics, Global Media* (1°, pp. 22–37). Austin: University of Texas Press.

Gamson, W. A. (1992). The social psychology of collective action. En A. D. Morris & C. McClurg Mueller (Eds.), *Frontiers in social movement theory* (pp. 53–76). New Haven, CT: Yale University Press.

Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American journal of sociology*, *95*(1), 1–37.

Gans, H. J. (2004). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time* (2°). Evanston, Illinois: Northwestern University Press.

Gantman, E. R. (2009). Las cuestiones esenciales de la agenda estatal: gobernabilidad, desarrollo y equidad. Un análisis longitudinal comparativo (1972-2002). *Reis*, *126*, 11–37.

García Beaudoux, V., D'Adamo, O., Slavinsky, G., & Rosenbach, G. (2005). Imagen presidencial en la prensa: un heurístico cognitivo para la comprensión del universo político. *Revista de Psicología Social*, *20*(2), 163–173.

García Rey, P., & Lozano, L. (2009). Hacia un ejercicio pleno de la libertad de expresión en la Argentina: el desafío de traducir los debates en políticas públicas. En Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS) (Ed.), *Derechos humanos en Argentina: informe 2009* (1°, pp. 396–449). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Gargarella, R. (2013). La concepción constitucional de la libertad de expresión. *Revista Argentina de Teoría Jurídica*, *14*, 1–20.

Garnham, N. (1998). Policy. En A. Briggs & P. Cobley (Eds.), *The Media: An Introduction* (pp.

210–223). London: Longman.

Ghanem, S. (1997). Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting. En M. McCombs, D. Shaw, & D. Weaver (Eds.), *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory* (pp. 3–14). Mahva, New Jersey: Lawrence Erlabum Associates.

Giarracca, N. (2010). El conflicto agrario 2008-2009: los debates necesarios. En N. Giarracca & M. Teubal (Eds.), *Del paro agrario a las elecciones de 2009. Tramas reflexiones y debates* (1°, pp. 313–342). Buenos Aires: Antropofagia.

Giarracca, N., & Palmisano, T. (2010). Expansión sojera y paro agrario. Reflexiones para comprender el 2008 y 2009 en la Argentina. En N. Giarracca & M. Teubal (Eds.), *Del paro agrario a las elecciones de 2009. Tramas reflexiones y debates* (1°, pp. 275–286). Buenos Aires: Antropofagia.

Giarracca, N., Palmisano, T., & Teubal, M. (2010). Paro agrario: crónica de un conflicto alargado. En N. Giarracca & M. Teubal (Eds.), *Del paro agrario a las elecciones de 2009. Tramas reflexiones y debates* (1°, pp. 253–274). Buenos Aires: Antropofagia.

Giarracca, N., & Teubal, M. (2010). *Del paro agrario a las elecciones de 2009. Tramas, reflexiones y debates* (1°). Buenos Aires: Antropofagia.

Gitlin, T. (1986). Convertir a los movimientos de protesta en temas periodísticos. En D. A. Graber (Ed.), *El poder de los medios en la política* (pp. 289–302). Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.

Gitlin, T. (2003). *The Whole World Is Watching Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left* (2°). California: University of California Press.

Goffman, E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia* (1°). Madrid: Centro de Investiigaciones Sociológicas (CIS), Siglo XXI Editores.

Gómez Germano, G. (2011). Gobiernos progresistas y políticas públicas de comunicación: una aproximación regional para provocar la reflexión. En A. Koschützke & E. Gerber (Eds.), *Progresismo y políticas de comunicación. Manos a la obra* (1°, pp. 15–32). Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente* (1ª ed.). Buenos Aires: Paidós Comunicación.

Gordillo, A. (2014). Servicios públicos. En *Tratado de derecho administrativo y obras selectas* (10°, pp. 235–294). Buenos Aires: F.D.A.

Graber, D. (1988). *Processing the news: How people tame the information tide*. New York: Longman.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing Paradigms in Qualitative Research. En N. K. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Guzmán, V. H. (2011). La participación en los Foros por una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. El caso de los pueblos indígenas/originarios. *Derecom*, (7), 1–16.

Guzmán, V. H. (2012). Ciudadanía comunicativa en Argentina. Los Foros Participativos de Consulta Pública sobre la propuesta de proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. *Question*, *1*(33), 170–183.

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Mass. Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. En S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (Traducción, pp. 1–55). London: Sage Publications.

Hallin, D., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados* (1°). Barcelona: Hacer.

Hänggli, R. (2012). Key Factors in Frame Building: How Strategic Political Actors Shape News Media Coverage. *American Behavioral Scientist*, *56*(3), 300–317.

Hänggli, R., & Kriesi, H. (2012). Frame Construction and Frame Promotion (Strategic Framing Choices). *American Behavioral Scientist*, *56*(3), 260–278.

Hanitzsch, T., & Mellado, C. (2011). What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work. *The International Journal of Press/Politics*, *16*(3), 404–426.

Hartley, J. (1996). (1996). *Popular reality: Journalism,modernity, popular culture*. London, England: Arnold.

Heider, F. (1930). Die Leistung des Wahnehmungssystems [The system of human perceptions]. *Zeitschrift für Psychologie*, (114), 371–394.

Heider, F. (1964). *The Psychology of Interpersonal Relations* (3°). New York: John Wiley & Sons, Inc.

Heider, F. (1978). Über balance und attribution [About balance and attribution]. En D. Görlitz, W.-U. Meyer, & B. Weiner (Eds.), *Bielefelder symposium über attribution* (pp. 19–28). Stuttgart: Klett.

Held, V. (1970). *The Public Interest and Individual Interests*. New York: Basic Books.

Hernández Prieto, M. (2015). *Políticas públicas de comunicación. Estudio comparativo de las legislaciones audiovisuales de Argentina y España*. Universidad de Salamanca.

Hernández Ramirez, M. E. (1997). La sociología de la producción de noticias. *Comunicación y sociedad*, (30), 209–242.

Holsti. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. MA: Reading Addison-Wesley.

Holzmiller, J., & Roselli, A. (1986). *Comprender la economía*. Barcelona: De Vecchi.

Hughes, J., & Sharrock, W. (1999). La alternativa interpretativa. En J. Hughes & W. Sharrock (Eds.), *La filosofía de la investigación social* (pp. 224–280). México D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Igartua, J. J. (2006a). El análisis de contenido. En *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación* (1°, pp. 175–229). Barcelona: Bosch.

Igartua, J. J. (2006b). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación* (1ª ed.). Barcelona: Bosch.

Igartua, J. J., & Humanes, M. L. (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Portal de la Comunicación InCom-UAB. Aula abierta. Lecciones básicas*, (1986), 18.

Igartua, J. J., & Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, *16*, 887– 104.

International Business Machines IBM. (2012). IBM Knowledge Center. Recuperado 10 de abril de 2015, a partir de http://www-01.ibm.com/support/knowledgecenter/SS3RA7_16.0.0/com.ibm.spss.modeler.help/clementi ne/nodes_clusteringmodels.htm?lang=es

Iosifidis, P. (2011). *Global Media and Communication Policy*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* (1°). New York: Palgrave Macmillan.

Iyengar, S. (1987). Television news and citizens' explanations of national affairs. *American*

Political Science Review, *81*, 815–831.

Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues* (1°). Chicago & Londres: The University of Chicago Press.

Iyengar, S. (2007). Framing Responsibility for Political Issues: The Case of Poverty. *Political Behavior*, *12*(1), 19–40.

Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that Matters. Agenda Setting and Priming in a Television Age*. Chicago: University of Chicago Press.

Iyengar, S., & Simon, A. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion. A Study of Agenda Setting, Priming and Framing. *Communication Research*, *20*(3), 365– 383.

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Just, N., & Puppis, M. (2012). *Trends in Communication Policy Research. New Theories, Methods and Subjects* (1°). Bristol: Intellect.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, *47*(2), 263–292.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. American Psychologist. *American Psychologist*, *39*, 341–350.

Kim, S. (2009). Different perspectives, different coverage: An exploratory analysis of news coverage of presidential candidates in 2008 presidential election. En *Ponencia presentada en el 7th International International Symposium Communication in the Millennium, Austin. Texas.* (pp. 1–13).

Kingdon, J. W. (2014). *Agendas, Alternatives, and Public Policies* (2°). United States of America: Pearson.

Kircher, M. (2005). Prensa escrita: actor social y politico, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. *Revista de Historia*, *10*.

Kitzberger, P. (2010). The media activism of Latin America's leftist governments: does ideology matter? *GIGA working papers*, *151*(151).

Kitzberger, P. (2011). "La madre de todas las batallas": el kirchnerismo y los medios de comunicación. En A. Malamud & M. De Luca (Eds.), *La política en tiempos de los Kirchner* (1°, pp. 179–189). Buenos Aires: Eudeba.

Kitzberger, P. (2014). *Demands for Media Democratisation and the Latin American "New Left": Government Strategies in Argentina and Brazil in Comparative Perspective* (No. 261). Hamburg.

Koschützke, A., & Gerber, E. (2011). *Progresismo y políticas de comunicación. Manos a la obra* (1°). Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert.

Koziner, N. (2013a). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, *2*(1), 1–25.

Koziner, N. (2013b). Representaciones sociales y medios de comunicación: el caso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual Argentina. *Punto Cero*, *27*(18), 23–30.

Koziner, N. (2015a). *El "7D" en la prensa económica argentina. Análisis de los encuadres noticiosos del conflicto judicial entre el Gobierno y el grupo Clarín por el plazo de adecuación a la Ley N° 26.522 en los diarios Ámbito Financiero y El Cronista Comercial*. Universidad Nacional de Quilmes.

Koziner, N. (2015b). El Framing: un programa de investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, *14*(28), 22–45.

Koziner, N., & Aruguete, N. (2014). La relevancia noticiosa en la prensa gráfica. Análisis

comparativo del caso de YPF entre los principales periódicos argentinos y españoles. En *XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación (ENACOM)* (pp. 1–19). Medoza: Universidad Agustín Maza.

Koziner, N., & Aruguete, N. (2016). El “7D” en los diarios económicos argentinos. Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a la cobertura de la controversia judicial entre el Gobierno y el Grupo Clarín. *Comunicación y Medios*, *33*, 7–34.

Koziner, N., & Rubiano, P. (2010). *La guerra gaucha en el último diario de papel. Crítica de la Argentina y su cobertura del conflicto por las retenciones móviles*. Universidad de Buenos Aires.

Koziner, N., & Zunino, E. (2013). La cobertura mediática de la estatización de YPF en la prensa argentina : un análisis comparativo entre los principales diarios del país. *Global Media Journal México*, *10*(19), 1–25.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica* (1ª ed.). Buenos Aires: Paidós.

Krippendorff, K. (2004). Reliability in Content Analysis: Some Common Misconceptions and Recommendations. *Human Communication Research*, *30*(3), 411–433.

Labate, C., Lozano, L., Marino, S., Mastrini, G., & Becerra, M. (2013). Abordajes sobre el concepto de “Concentración”. En G. Mastrini, A. Bizberge, & D. De Charras (Eds.), *Las políticas de comunicación en el siglo XXI* (1°, pp. 139–174). Buenos Aires: La Crujía.

Laboratorio de Industrias Culturales. (2010). *Diarios. Concentración y caída en la venta de ejemplares*. Buenos Aires. Recuperado a partir de http://sinca.cultura.gob.ar/archivos/documentacion/investigaciones/CLICK5-19-Concentracion_Caida_Venta_Ejemplares.pdf

Laclau, E. (2005). *La Razón Populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Laclau, E., & Mouffe, C. (2004). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia* (2°). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Lakatos, I. (1974). Falsification and the methodology of scientific research programmes. En I. Lakatos & A. Musgrave (Eds.), *Criticism and the growth of knowledge* (pp. 91–198). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Lang, G., & Lang, K. (1981). Watergate: An Exploration of the Agenda-Building Process. En G. Cleveland Wilhoit (Ed.), *Mass Communication Review Yearbook* (1ª ed., pp. 447–468). Newbury Park, CA: Sage.

Leiras, M., & Cruzalegui, I. (2009). Argentina: problemas macroeconómicos, conflicto social y debilitamiento de la coalición de Gobierno. *Revista de Ciencia Política*, *29*(2), 223–246.

Lewin, K. (1947). Frontíers in Group Dynamics. II. Channels of Group Life: Social Planning and Action Re- search. *Human Relatíons*, *1*(2), 143–153.

Lewis, S., & Reese, S. D. (2009). What is the war on terror? Framing through the eyes of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *86*(1), 85–102.

Linares, A. (2014). Servicio Público de Radiodifusión en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina –LSCA– (2009-2014). *Revista Estado y Políticas Públicas*, (3), 156–170.

Llorens-Maluquer, C. (2001). *Concentración de empresas de comunicación y el pluralismo: la acción de la Unión Europea*. Universitat Autònoma de Barcelona.

López Olarte, O. (2006). Las relaciones entre concentración, competencia y diversidad de

contenidos en los mercados de la televisión: revisión bibliográfica y lineamientos para un estudio en Colombia. Inédito.

Loreti, D. (1995). *El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas*. Buenos Aires.: Paidós.

Loreti, D. (2007). Aplicación de los principios de libertad de expresión del artículo 13 de la Convención Americana sobre derechos humanos. En V. Abramovich, A. Bovino, & C. Courtis (Eds.), *La aplicación de los tratados sobre derechos humanos en el ámbito local. La experiencia de una década* (1°, pp. 965–986). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CELS-Canadian Development Agency - Editores del Puerto.

Loreti, D. (2009). A propósito del Principio 12 y la regulación sobre radiodifusión y otros servicios de comunicación audiovisual. *Revista Cejil. Debates sobre Derechos Humanos y el Sistema Interamericano*, *IV*(5), 13–19.

Loreti, D. (2010). Libertad de expresión y sus razones. O las teorías de por qué defenderla. *Revista Argentina de Comunicación*, *4*(4/5), 199–218.

Loreti, D. (2011). El caso argentino y la nueva Ley de comunicación audiovisual. En R. Martínez-Gómez & M. Lubetkin (Eds.), *Políticas, Redes y Tecnologías en la Comunicación para el Desarrollo* (1°, pp. 87–102). España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Loreti, D., & Lozano, L. (2010). El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación. *Revista Derecho Público*, *1*(1), 29–55.

Loreti, D., & Lozano, L. (2014). *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas* (1°). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Lozano, L. (2010). Libertad de expresión y derecho a la información: avances en la construcción de una agenda democrática. En C. de E. L. y S. (CELS) (Ed.), *Derechos humanos en Argentina: Informe 2010* (1°, pp. 297–341). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Lunt, P., & Livingston, S. (2012). *Media Regulation. Governance and the Interests of Citizens and Consumers* (1°). London: Sage Publications.

MacBride, S. (1993). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. *Colección popular* (Vol. 372). México: Fondo de Cultura Económica.

Maestri, M., De Diego, J., Fernández, M., Gindin, I. L., Lüders, T., & Cingolani, G. (2014). *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas: reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso (2003-2008)*. (I. L. Gindin, Ed.) (1°). Rosario: UNR Editora.

Magariños de Morentín, J. (1983). *El signo: las fuentes teóricas de la semiología: Saussure, Peirce, Morris*. Buenos Aires: Hachette.

Maher, M. T. (2001). Framing: An Emerging Paradigm or a Phase of Agenda Setting? En S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (1°, pp. 83–94). London: Lawrence Erlbaum Associates.

Marín Albaladejo, J. A., & Zamora Medina, R. (2014). Aproximación integradora en la investigación sobre la teoría del framing desde su condición multiparadigmática. *Disertaciones. Anuario electrónico en Comunicación Social*, *7*(1), 6–40.

Marino, S. (2013). *Políticas de comunicación del sector audiovisual: las paradojas de modelos divergentes con resultados congruentes. Los casos de la televisión por Cable y el cine en Argentina entre 1989-2007*. Universidad de Buenos Aires.

Marino, S. (2014). Vaivén: desgranar moralejas en la Argentina de la ley audiovisual. En A. Bizberge & A. Goldstein (Eds.), *Observatorio Latinoamericano 14. Medios y Gobierno*

latinoamericanos en el siglo XXI: las tensiones de una compleja relación (1°, pp. 79–92). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Marino, S., Mastrini, G., & Becerra, M. (2012). El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina. En G. Mastrini & O. Carboni (Eds.), *Siete debates nacionales en políticas de comunicación* (1°, pp. 113–137). Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Mariño, M. V., & López Rabadán, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer*, *14*(26), 13–34.

Marradi, A. (2002). Método como arte. *Papers*, (67), 107–127.

Marradi, A., Archenti, N., & Piovani, J. (2007). *Metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Planeta.

Martin, J., & White, P. R. R. (2005). *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. (J. R. Martin & P. R. R. White, Eds.). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Martínez Miguélez, M. (2002). La etnometodología y el interaccionismo simbólico: sus aspectos metodológicos específicos. *Heterotropía*, *2*(21), 9–21.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad* (1°). Buenos Aires: Norma.

Martini, S. (2002). Las crónicas sobre la violencia global: datos para una teoría de la noticia transnacional. En *VI Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación* (pp. 1– 16). Santa Cruz de la sierra, Bolivia: ALAIC.

Martini, S., & Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder* (1ª ed.). Buenos Aires: Biblos.

Mastrini, G. (2009). *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comuniación en la Argentina*. (G. Mastrini, Ed.) (2° ampliad). Buenos Aires: La Crujía.

Mastrini, G. (2010). Regulación de las comunicaciones. En R. Aronskind & G. Vommaro (Eds.), *Campos de batalla. Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario* (pp. 267–278). Buenos Aires: Prometeo / Universidad Nacional de General Sarmiento.

Mastrini, G. (2014). *Las industrias culturales en Argentina*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado a partir de http://eprints.ucm.es/24687/1/T35195.pdf

Mastrini, G., & Becerra, M. (2006). *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina* (1ª ed.). Buenos Aires: Prometeo Libros / Instituto Prensa y Sociedad.

Mastrini, G., & Carboni, O. (2012). *Siete debates nacionales en políticas de comunicación. Actores, convergencia y tecnología* (1°). Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Mastrini, G., & Loreti, D. (2009). Políticas de comunicación: un déficit de la democracia. En S. Sel (Ed.), *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternatividades, soberanías* (pp. 59–70). Buenos Aires: CLACSO.

Mastrini, G., & Mestman, M. (1996). ¿Desregulación o re- regulación? De las derrotas de las políticas a las políticas de la derrota. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, (2), 81–88.

Matthes, J. (2009). What's in a Frame? A Content Analysis of Media Framing Studies in the World's Leading Communication Journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *86*(2), 349–367.

Matthes, J. (2010). Frames in Political Communication. Toward Clarification of a Research Program. En S. Allan (Ed.), *Rethinking Communication. Keywords in Communication*

Research (pp. 121–134). New Jersey: Hampton Press.

Matthes, J. (2012). Framing Politics: An Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, *56*(3), 247–259.

Matthes, J., & Kohring, M. (2000). European Debates on Biotechnology: Dimensions of Public Concern Module 2: Longitudinal Media analysis Coding frame BEP-2 (1997 – 1999).

Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*, *58*(2), 258–279.

Mauersberger, C. (2012). To be Prepared when the Time has Come: Argentina's new Media Regulation and the Social Movement for Democratizing Broadcasting. *Media, Culture and Society*, *34*(5), 588–605.

McChesney, R. (2002). Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado. En *La ventana global: ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático* (Vol. XXIV, pp. 233–248).

McCombs, M. (1997). Building Consensus: The News Media`s Agenda-Setting Roles. *Political Communication*, *14*, 433–443.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (1°). Barcelona: Editorial Paidós.

McCombs, M. (2010). Extending our theoretical maps: Psychology of agenda-setting. *Central European Journal of Communication*, *2*, 197–206.

McCombs, M., Llamas, J. P., López Escobar, E., & Rey Lennon, F. (1997). Candidate Images in Spanish Elections: Second-level Agenda-Setting Effect. *Journalism and Mass Communication Quaterly*, *74*(4), 703–717.

McLeod, J., Kosicki, G., & Mcleod, D. (1996). Expansión de los efectos de la comunicación política. En J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación* (pp. 169–222). Barcelona: Paidos.

McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público* (1°). Buenos Aires: Amorrortu.

McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*. London: Sage.

McQuail, D. (2003). *Media Accountability and Freedom of Publication*. Oxford: Oxford University Press.

McQuail, D. (2010). *Media Regulation*. Leicester.

Miceviciute, J. (2013). Frame periodístico: un concepto puente entre la Psicología, la Sociología y la Lingüística. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, *18*(35), 71–96.

Miège, B. (2006). La concentración en las industrias culturales y mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos. *Cuadernos de información y comunicación*, *11*(Icm), 155–166.

Miguel de Bustos, J. C. (2004). Sobre pluralismo y diversidad. *Zer Revista de estudios de comunicación*, *9*(16), 1–0.

Mitchell, A., Kiley, J., Gottfried, J., & Guskin, E. (2013). The role of news on facebook. *Pew Research Journalism & Media*, 1–3.

Mochkofsky, G. (2011). *Pecado original. Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder* (1°). Buenos Aires: Planeta.

Monje, D. (2013). *Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007*. Universidad Nacional de La Plata.

Muñiz, C. (2007). *Encuadres noticiosos e inmigración: del análisis de los contenidos al estudio de los efectos mediáticos*. Universidad de Salamanca.

Napoli, P. M. (2001). *Foundations of ons Policy. Principles and Process in the Regulation of Electronic Media*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.

Nelson, T. E., Lecheler, S., Schuck, A. R. T., & de Vreese, C. H. (2012). Framing Effects on Values, Emotions, and Attitudes. En *2012 meeting of the Western Political Science Association* (p. 34). Portland: Western Political Science Association.

Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook* (1°). Thousand Oaks; CA: Sage.

Neuman, W. R., Just, M. R., & Crigler, A. N. (1992). *Common Knowledge. News and the Constuction of Political Meaning* (1°). London: The University of Chicago Press.

Noam, E. (2006). How to measure media concentration.

Novaro, M., Bonvechi, A., & Cherny, N. (2014). *Los límites de la voluntad. Los gobiernos de Duhalde, Néstor y Cristina Kirchner* (1ª ed.). Buenos Aires: Ariel.

OEA. Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica (1969). Recuperado a partir de http://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf

Oszlak, O., & O'Donnell, G. (1981). Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. *Documento G.E CLACSO Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES)*, (4).

Page, B. I. (1996). The mass media as political actors. *PS: Political Science & Politics*, *29*(1), 20. Paletz, D. L., & Entman, R. M. (1981). *Media Power Politics*. New York: Free Press.

Pan, Z., & Kosicki, G. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, *10*(1), 55–75.

Papathanassopoulos, S., & Negrine, R. (2010). *Communications Policy. Theories and Issues* (1°). China: Palgrave Macmillan.

Pasquier, D. (1994). Vingt ans de recherches sur la télévision: une sociologie post lazarsfeldienne? *Sociologie du travail*, *36*(1), 63–84.

Peirano, F., & Goldstein, E. (2009). *El crecimiento de Argentina entre 2003 y 2008: virtudes, tensiones y aspectos pendientes* (Seminario-taller: "Las políticas económicas de los gobiernos del Cono Sur: elementos comunes, diferencias y aprendizajes"). Buenos Aires.

Pérez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos. Aplicaciones con SPSS*. Madrid: Pearson Educación S.A.

Pérez Gómez, A. (2000). Las concentraciones de medios de comunicación. *Quaderns del CAC*, 80–90.

PIDC-UNESCO. (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. París.

Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, *3*(1), 1–42.

Poder Ejecutivo de la Nación Argentina (PEN). (2009). *Propuesta de Proyecto de Ley. Servicios de Comunicación Audiovisual*. Buenos Aires.

Porto, R., & Schifer, C. (2009). La categorización de servicio público en las telecomunicaciones, la radiodifusión y los servicios convergentes. *http://ricardoportomedios.com.ar/.* Escrito, CABA. Recuperado a partir de http://ricardoportomedios.com.ar/2013/02/doctrina-schifer-porto-la-categorizacion-de-servicio-publico-en-las-telecomunicaciones-la-radiodifusion-y-los-servicios-convergentes/

Postolski, G., & Marino, S. (2009). Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios. En G. Mastrini (Ed.), *Mucho ruido, pocas leyes.*

Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007) (pp. 159-

188). Buenos Aires: La Crujía.

Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E. (1997). Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. *Communication Research*, *24*(5), 481– 506.

Pride, R. A. (1995). How Activists and Media Frame Social Problems: Critical Events Versus Performance Trends for Schools. *Political Communication*, *12*(1), 5–26.

Protess, D. L., Cook, F. L., Doppelt, J. C., Ettema, J. S., Gordon, M. T., Leff, D. R., & Miller, P. (1991). *The Journalism of Outrage. Investigative Reporting and Agenda Building in America*. New York: The Guilford Press. Rapoport.

Ragin, C. C. (2007). *La construcción de la investigación social* (1°). Bogotá: Grupo lDEAS. Facultad de Derecho. Universidad de los Andes.

Ramos, J. A. (1993). *Los cerrojos a la prensa* (1°). Buenos Aires: Editorial Amfin.

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española. Recuperado a partir de http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae

Reese, S. D. (2001a). Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. En S. Reese, O. Gandy, & A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (1°, pp. 7–32). Mahwah, New Jersey, United States: Lawrence Erlbaum Associates.

Reese, S. D. (2001b). Prologue. A bridging model for media research. En S. Reese, O. Gandy, & A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (pp. 7–31). Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Reese, S. D. (2007). The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. *Journal of Communication*, *57*(1), 148–154.

Reese, S. D. (2010). *Finding Frames in a Web of Culture: The Case of the War on Terror*. (P. D'Angelo & J. Kuypers, Eds.), *Doing News Framing Analysis: Empirical, Theoretical, and Normative Perspectives*. New York: Routledge.

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión CIDH. (2004). *Informe anual*. Washington D.C. Recuperado a partir de http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=459&lID=2

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión CIDH. (2009). *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*. (OEA Documentos Oficiales, Ed.) (1°). OEA: Organización de los Estados Americanos y Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Recuperado a partir de http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/Radiodifusion y libertad de expresion FINAL PORTADA.pdf

Retegui, L. (2013). La caída constante en las ventas del diario Clarín (1995-2012). Un análisis desde la economía política de la comunicación. *Razón y Palabra*, *Septiembre*(84).

Rey Lennon, F. (1998). *Argentina: elecciones 1997. Los diarios nacionales y la campaña electoral* (1ª ed.). Buenos Aires: Freedom Forum / Universidad Austral.

Rhee, J. W. (1997). Strategy and Issue Frames in Election Campaign Coverage : A Social Cognitive. *Journal of Communication*, *47*(3), 26–48.

Rodrigo Alsina, M. (1993). *La producción de la noticia*. *La construcción de la noticia* (2°). Barcelona: Paidos.

Rodríguez, M. G. (2014). Luces y sombras: las representaciones mediáticas. En *Sociedad, cultura y poder. Reflexiones teóricas y líneas de investigación* (1°, pp. 93–100). San Martín: UNSAM-edita.

Rodríguez Borges, R. (1998). La objetividad periodística, un mito persistente. *Revista Latina de Comunicación Social*, *2*(1), 1–6.

Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting: aplicación a la enseñanza universitaria* (1ª ed.). Madrid: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J., & García Jiménez, E. (1999). *Metodología de la stigación cualitativa* (2°). Málaga: Ediciones Aljibe.

Rodríguez Usé, J. (2011). Modificaciones al proyecto de ley: el proceso de debate como instancia central en la redacción de la LSCA. En M. Baranchuk & J. Rodríguez Usé (Eds.), *Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual* (1°, pp. 29–46). Buenos Aires: Universidad de Lomas de Zamora.

Rodríguez Usé, J. (2015). Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: una nueva forma de legislar. En A. Elíades (Ed.), *Derecho a la Comunicación y 30 años de democracia* (1°, pp. 115–129). La Plata: EDULP.

Rogers, E. M., & Dearing, J. W. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? En J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook 11* (1°, pp. 555–594). Newbury Park, CA: Sage.

Rossi, D., & Morone, R. (2014). Diversidad y sustentabilidad : actores, inversiones e indicadores para analizar la democratización del audiovisual. CABA: Texto reelaborado en junio 2014 para la cátedra, sobre ponencia presentada en VIII Congreso Internacional Ulepicc, julio 2013, UNQ.

Rubinzal, D. (2008). Los derechos a las exportaciones como herramienta de política económica. IEFPA, 1–25. *Instituto de Estudios de las Finanzas Públicas Argentinas*, *Diciembre*, 1–25.

Ruiz, F. (2005). *El señor de los mercados. Ámbito Financiero, la city y el poder del periodismo económico* (1°). Buenos Aires: El Ateneo.

Ruiz, F. (2014). *Guerras mediáticas. Las grandes batallas periodísticas desde la Revolución de Mayo hasta la actualidad* (1°). Buenos Aires: Sudamericana.

Ruiz, F. (2016). Frenos externos e internos en las redacciones argentinas. En A. Amado, M. Bongiovanni, D. Dessein, M. Dragonetti, L. Luchessi, M. Oller, … C. Schwarz (Eds.), *Periodismos argentinos: modelos y tensiones del siglo XXI* (1°, pp. 63–77). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

Sabatier, P. A. (1991). Toward Better Theories of the Policy Process Political Science and Public Policy (traducción Elsa Pereyra). *Political Science and Public Policy*, *24*(2), 144– 147.

Sádaba, M. T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (Framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, *14*(2), 143–175.

Sádaba, M. T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios* (1°). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

Sádaba, M. T., Virgili, J. R., & Castro, M. B. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio Journal*, *6*(2), 109–126.

Sadaba, T. (2006). *Framing: Una teoría para los medios de comunicación*. Pamplona: Ulzama. Sánchez, C. (2005, enero 29). En el teatro de la memoria. Entrevista a Roberto “Tito” Cossa. *Revista Eñe*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado a partir de http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2005/01/29/u-911740.htm

Sanguinetti, L. (2009). El lockout del campo. El primer conflicto de la sociedad de la información en la Argentina. En A. Verano (Ed.), *Medios de comunicación en la Argentina. Diagnóstico y prospectiva. Tomo I* (1°, pp. 221–229). La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

Sautu, R. (2003). *Todo es teoría*. Buenos Aires: Lumiere S.A.

Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). *Manual de metodología: construcción*

del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Buenos Aires: CLACSO Campus Virtual.

Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *International Communication Association*, (August 1996), 103–122.

Scheufele, D. A. (2000). Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication & Society*, *3*(2&3), 297–316.

Scheufele, D. A. (2006). Frames, schemata, and news reporting. *Communications*, *31*(1), 65–83. Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2012). The State Of Framing Research: A Call For New Directions. *Political Communication Theories*, 1–24.

Schlesinger, P. (1992). Repensando la sociología del periodismo. Esrategias de las fuentes y límites del centralismo en los medios. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, *IV*(13– 14), 279–307.

Schmitt, C. (2009). *El concepto de lo político*. Madrid: Alianza Editorial.

Segura, M. S. (2011). La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. *Argumentos. Revista de crítica social*, (13), 83–108.

Segura, M. S. (2013). ¿Cómo ocupar el 33%? Condiciones y estrategias del sector social. *Question*, *1*(38), 1–13.

Segura, M. S., & Weckesser, C. (2016). *La Ley Audiovisual y los decretos. Estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015* (1°). Córdoba: Editorial de la UNC.

Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, *50*(2), 93–109.

Seoane, M. (2011). *El enigma Perrotta: De hijo del poder a informante del ERP. La historia secreta del dueño de El Cronista Comercial desaparecido por la dictadura militar* (1°). Buenos Aires: Sudamericana.

Shariff, E. E. (1987). *Una gran potencia mundial: The Wall Street Journal*. Barcelona: Planeta. Shoemaker, P. J. (1996). Hard Wired for News: Using Biological and Cultural Evolution to Explain the Surveillance Function. *Journal of Communication*, *46*(3), 32–47.

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content* (2°). New York: Longman USA.

Sidicaro, R. (1993). *La política mirada desde arriba: las ideas del diario La Nación (1909-1989)* (1ª ed.). Buenos Aires: Sudamericana.

Sigal, L. (1973). *Reporters and Officials: the Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington: Heat.

Sigal, S., & Verón, E. (2003). *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista* (1ª ed.). Buenos Aires: Eudeba.

Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu.

Sin firma. (2000, junio 13). Recoletos compró El Cronista. *La Nación*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado a partir de http://www.lanacion.com.ar/20618-recoletos-compro-el-cronista.

Sivak, M. (2013). *Clarín, el gran diario argentino. Una historia* (1°). Buenos Aires: Planeta.

Sivak, M. (2015). *Clarín. La era Magnetto* (1°). Buenos Aires: Planeta.

Soroka, S. N. (2012). The Gatekeeping Function: Distributions of Information in Media and the Real World. *The Journal of Politics*, *74*(2), 514–528.

Stake, R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos* (2°). Madrid: Ediciones Morata.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Steele, J. (1997). Don't Ask, Don't Tell, Don't Explain: Unofficial Sources and Television Coverage of the Dispute over Gays in the Military. *Political Communication*, *14*, 83–96.

Subirats, J. (1994). II. Definición del problema. Relevancia pública y formación de la agenda de actuación de los poderes públicos. En *Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración* (pp. 47–66). Madrid: Ministerio para las Administraciones Públicas.

Tagina, M. L. (2011). Elecciones de 2009 en Argentina: cambios en la distribución del poder y nuevos desafíos de cara a las presidenciales. En M. Alcántara Sáez & M. L. Tagina (Eds.), *América Latina: Política y Elecciones del Bicentenario (2009-2010)* (pp. 123–146). Madrid: Centro de Estudios políticos y constitucionales.

Takeshita, T. (2009). Exploring the Media's Role in Defining Reality: From Issue-agenda Setting to Attribute- Agenda Setting. En M. E. McCombs, D. L. Shaw, & D. H. Weaver (Eds.), *Communication and Democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory* (pp. 15–27). New York & London: Lawrence Erlabum Associates Publishers.

Tamayo Sáez, M. (1997). El análisis de las políticas públicas. En R. Bañón & E. Carrillo (Eds.), *La nueva Administración Pública*. Madrid: Alianza Universidad.

Tankard, J., Hendrickson, L., Silberman, J., Bliss, K., & Ghanem, S. (1991). Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement. En *Annual Convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication*. Boston: Association for Education in Journalism & Mass Communication.

Teubal, M., & Palmisano, T. (2010). El conflicto agrario: características y proyecciones. En N. Giarracca & M. Teubal (Eds.), *Del paro agrario a las elecciones de 2009. Tramas reflexiones y debates* (1°, pp. 193–251). Buenos Aires: Antropofagia.

Thierer, A. (2005). *Media Myths: Making Sense of the Debate Over Media Ownership.* Washington DC: Progress & Freedom foundation.

Thomas, W. I. (2005). La definición de la situación. *Cuadernos de Información y Comunicación*, (10), 27–32.

Torres Molina, J. (2014). Políticas públicas y democratización de la comunicación. *Questión*, *1*(41), 65–80.

Toulmin, S. E. (1972). *Human Understanding. Vol. I: The Evolution of Collective Understanding*. New Jersey: Princeton University Press.

Tremblay, G. (1988). La noción de servicio público. *Revista Telos*, (14 (Junio-Agosto)), 57–63. Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality* (1ª ed.). New York: Free Press.

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. (H. Borrat, Ed.). Barcelona: Gustavo Gilli.

Tuchman, G. (1999). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. *CIC*, *4*, 199–217.

Ulanovsky, C. (2011a). *Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1920-1969)* (2° edición). Buenos Aires: Emecé.

Ulanovsky, C. (2011b). *Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1970-2000)* (2° edición). Buenos Aires: Emecé.

Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación. Una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora.

Valera Ordaz, L. (2016). Los medios de comunicación y la pedagogía sobre el significado de la violencia machista. *Zer - Revista de Estudios de Comunicación*, *21*(40), 13–31.

Van Cuilenburg, J., & McQuail, D. (2003). Cambios en el paradigma de política de medios.

Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación. *European Journal of Communication*, *18*(2), 181–207.

Van der Wurff, R., & Van Cuilenburg, J. (2001). Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market. *Journal of Media Economics*, *14*(4), 213–229.

van Dijk, T. a. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos (Barcelona)*, *186*, 23–36.

Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, *57*(1), 60–78.

Vasallo de Lopes, M. I. (1999). La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. *Revista Diálogos de la comunicación*, (56), 12–27.

Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Vila, E. M. (2012). Formula propuesta de adecuacion voluntaria artículo 161 LSCA y artículo 161(1) del decreto del PEN N°1225/2010. Presentación formal, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: AFSCA.

Vilà-Baños, R., Rubio-Hurtado, M. J., Berlanga-Silvente, V., & Torrado-Fonseca, M. (2014). Cómo aplicar un cluster jerárquico en SPSS. *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, *7*(1), 113–127.

Vilches, L. (2011). *La investigación en Comunicación. Métodos y técnicas en la era digital* (1°). Barcelona: Gedisa.

Vinelli, N. (2011). *Comunicación y televisión popular: escenarios actuales, problemas y potencialidades .* (1°). Buenos Aires: Editorial Cooperativa El Río Suena.

Vinelli, N. (2012). Ley de medios y 7D: El día después. *Revista Sudestada*, (114). Recuperado a partir de http://www.revistasudestada.com.ar/articulo/1002/el-dia-despues/

Vinelli, N. (2013). De la posibilidad de existencia a las condiciones de funcionamiento aceptadas. Las dificultades del encuadramiento de la alternatividad dentro de la categoría sin fines de lucro. *AVATARES de la comunicación y la cultura*, (6), 1–17.

Vommaro, G. (2010). "Acá el choripán se paga": movilización política y grupos sociales en el reciente conflicto en torno a las retenciones a las exportaciones de granos. En R. Aronskind & G. Vommaro (Eds.), *Campos de batalla Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario* (1°, pp. 181–22). Buenos Aires: Prometeo / Universidad Nacional de General Sarmiento.

Vommaro, G., & Schuliaquer, I. (2014). Definir la escenar pública. Medios y política en las democracias sudamericanas: Uruguay y Argentina (2003-2013). En A. Bizberge & A. Goldstein (Eds.), *Observatorio Latinoamericano 14. Medios y Gobiernos latinoamericanos en el siglo XXI: las tensiones de una compleja relación* (1°, pp. 139–162). Buenos Aires: Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Vulcano, G. (2014, diciembre 8). "Los medios concentrados permiten libertad de opinión pero no permiten plena libertad de expresión". *BAE*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado a partir de http://www.diariobae.com/notas/46479-los-medios-concentrados-permiten-libertad-de-opinion-pero-permiten-plena-libertad-de-expresion.html

Wanta, W. (1997). *The Public and National Agenda: How People Learn About Important Issues* (1ª ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Weaver, D., & Elliott, S. N. (1985). Who Sets the Agenda for the Media? A Study of Local Agenda-Building. *Journalism Quarterly*, *62*(1), 87–94.

White, D. M. (1950). The "Gatekeeper": A Case Study in the Seleetion of News. *Journalism*

Quarterly, *27*(4), 383–390.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas* (1°). Buenos Aires: Paidós.

Woodside, A. G. (2010). *Case Study Research: Theory. Methods. Practice.* (1°). Boston: Emerald Group Publishing Limited.

Yanes Mesa, R. (2004). El artículo, un género entre la opinión y la actualidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, *7*(58), 1–10.

Yin, R. K. (2003). *Case Study Research. Design and Methods. Applied Social Research Methods Series Volume 5* (3°, Vol. 5). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura* (1°). Madrid: Akal.

Zavatti Giraffa, G. A. M. (2007). *Construcción de la agenda informativa de la Ley Resorte en la prensa venezolana*. Universidad Simón Bolívar.

Zunino, E. (2014). *La cobertura mediática del "conflicto campo – gobierno" de 2008 en la prensa gráfica argentina. Un estudio comparativo de la relevancia noticiosa del proceso de implementación de la Resolución N° 125/08 en los diarios Clarín y Página/12*. Universidad Nacional de Quilmes.

Zunino, E. (2015). *La cobertura mediática del "conflicto campo – gobierno" de 2008 en la prensa gráfica argentina. Un estudio comparativo de las agendas informativas sobre la Resolución N° 125/08 de los diarios Clarín, La Nación y Página/12*. Universidad Nacional de Quilmes.

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ANEXO I. Ficha-formulario de codificación de las notas

Tesis de Doctorado Nadia Koziner	
Base de datos LSCA - Ingreso de información	
N° Caso	
Diario	
Día	
N° Semana	
Género periodístico	
Sección	
Aparición en portada	
Elementos gráficos	
Tamaño del artículo	
Tipo de página	
Autoría	
***Speaker* 1**	
¿Cómo se menciona al speaker 1	
Tipo de fuente 1	
Valoración *Speaker* 1	
***Speaker* 2**	
¿Cómo se menciona al speaker 2	
Tipo de fuente 2	
Valoración *Speaker* 2	
Arena	
Tópico o *issue* principal	
Tema central	
Actor principal	
Actor secundario	
Atribución causal (responsabilidad)	
Valoración de la LSCA	
Libertad de expresión	
Diversidad y pluralidad	
Sustentabilidad del sistema	
Valoración de la LSCA *speaker* 1	
Libertad de expresión *speaker* 1	
Diversidad y pluralidad*speaker* 1	
Sustentabilidad del sistema de	
Valoración de la LSCA *speaker* 2	
Libertad de expresión *speaker* 2	
Diversidad y pluralidad*speaker* 2	
Sustentabilidad del sistema de	
Recomendación de tratamiento	
	GUARDAR

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

ANEXO II. Elementos de encuadre y variables de los *frames* 'Disputa político-institucional', 'Interés público sociocultural' e 'Interés público económico-empresario'.

Tabla I. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Disputa político-institucional'[390].

	Disputa político-institucional	
	***Frame elements* y variables**	**Categorías predominantes**
Definición del problema	**Arena**	Legislativa (81,2%)
	Tópico principal	Tratamiento del proyecto de Ley en alguna de las cámaras del Congreso (42,9%) Negociaciones políticas entre las partes involucradas (26,6%) Rasgos del proyecto de ley / de la LSCA (20,1%)
	Tema	Dimensión político-institucional (94,2%)
	Fuente principal	Oposición en el Congreso de la Nación (35,9%) Oficialismo en el Congreso de la Nación (32,1%) Gobierno nacional (16%) Partidos políticos (6,9%) Gobiernos locales (5,3%)
	Fuente secundaria	No hay (48,7%) Oposición en el Congreso de la Nación (24,7%) Oficialismo en el Congreso de la Nación (11,7%) Partidos políticos (5,2%) Gobiernos locales (2,6%)
	Actor principal	Oposición en el Congreso de la Nación (26,6%) Oficialismo en el Congreso de la Nación (25,3%) Gobierno nacional (24,7%) Congreso en términos generales (16,9%) Gobiernos locales (3,2%)
	Actor secundario	Oposición en el Congreso de la Nación (31,2%) Gobierno nacional (21,4%) Congreso en términos generales (15,6%) Oficialismo en el Congreso de la Nación (9,1%)
Atribución causal	**Atribución de responsabilidad**	Institucional (58,4%) Política (28%)
Evaluación moral	**Valoración LSCA**	No definida o ambigua (90,3%)
	Libertad de expresión	-
	Diversidad	-
	Sustentabilidad del sistema	-
Recomendación de tratamiento	**Solución propuesta**	No se menciona solución (31,2%) Se propone / pronostica la aprobación de la LSCA sin mayores modificaciones (20,8%) Se propone / pronostica la aprobación de la LSCA con modificaciones (20,8%) Se propone / pronostica la postergación del debate hasta la nueva conformación del Congreso (dic. 2009) (7,1%)

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla II. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Interés público sociocultural'[391].

	Interés público sociocultural	
	***Frame elements* y variables**	**Categorías predominantes**
Definición del problema	**Arena**	De la sociedad civil (37,7%) Legislativa (24,5%) Mediática (20,6%)
	Tópico principal	Rasgos del proyecto de ley / de la LSCA (66%) Entrada de nuevos actores al sistema de medios (11,3%) Impacto en el ejercicio del derecho a la libertad de prensa y/o expresión (7,5%)
	Tema	Dimensión sociocultural (67,9%)
	Fuente principal	Organizaciones de la sociedad civil (28,3%) Especialistas (16,2%)
	Fuente secundaria	No hay (68%)
	Actor principal	Organizaciones de la sociedad civil (30%) Gobierno nacional (28%) Empresas (20%) Congreso de la Nación (12%)
	Actor secundario	Gobierno nacional (34,3%) Congreso de la Nación (28,6%) Organizaciones de la sociedad civil (14,3%)
Atribución causal	**Atribución de responsabilidad**	Institucional (45.3%) Política (26,4%) Individual (15,1%) Social (11,3%)
Evaluación moral	**Valoración LSCA**	No definida (58%) Positiva (21%) Negativa (21%)
	Libertad de expresión	Colectiva (25%)
	Diversidad	Abierta (32%)
	Sustentabilidad del sistema	Mercado competitivo (32,1%)
Recomendación de tratamiento	**Solución propuesta**	No se menciona solución (49,1%) Aprobación de la LSCA sin mayores modificaciones (26,4%) Aprobación de la LSCA con modificaciones (17%)

Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto, Universidad Nacional de Quilmes

Tabla III. Elementos de encuadre y variables del *frame* 'Interés público económico-empresarial'[392].

	Interés público económico-empresarial	
	***Frame elements* y variables**	**Categorías predominantes**
Definición del problema	**Arena**	Empresarial y financiera (38%) Poder político (33,8%) Ejecutiva (18,3%)
	Tópico principal	Impacto de la medida en el mercado de medios (38%) Rasgos del proyecto de ley / de la LSCA (33,8%)
	Tema	Dimensión económica (46,5%) Dimensión político-institucional (46,5%)
	Fuente principal	Empresas de comunicación (36,6%) Gobierno nacional (36,6%) Partidos políticos (19,5%)
	Fuente secundaria	Empresas de comunicación (36,4%) Gobierno nacional (27,3%) Oficialismo en el Congreso (13,6%)
	Actor principal	Gobierno nacional (60,3%) Empresas de comunicación (32,4%)
	Actor secundario	Empresas de comunicación (44,6%) Gobierno nacional (42,98%)
Atribución causal	**Atribución de responsabilidad**	Política (38%) Individual (28,2%) Institucional (28,2%)
Evaluación moral	**Valoración LSCA**	Negativa (48%) Indefinida (48%)
	Libertad de expresión	Individual (23%)
	Diversidad	Reflectiva (13,7%)
	Sustentabilidad del sistema	Economías de escala (25,4%) Economías de escala y mercado competitivo (12,7%)
Recomendación de tratamiento	**Solución propuesta**	No se menciona solución (73,5%) No se ve solución posible (panorama desalentador) (9%) Judicialización de la LSCA (6%)

ANEXO III. Listado de notas que integran el corpus

N° caso	Diario (*)	Fecha	Título
1	EC	17/3/2009	Exhortan al Gobierno a que cese ataques a los medios
2	EC	18/3/2009	Cristina Kirchner lanza la nueva Ley de Radiodifusión
3	EC	18/3/2009	La democracia en deuda
4	EC	19/3/2009	La inseguridad sigue esperando: la elección no
5	EC	19/3/2009	PUNTOS DESTACADOS
6	EC	19/3/2009	Radiodifusión: el proyecto oficial no deja tener TV abierta y cable al mismo dueño
7	EC	23/3/2009	Néstor Kirchner ya no disimula
8	EC	23/3/2009	Mariotto, contra la formación de monopolios
9	EC	24/3/2009	Solo podrán dar TV paga las telefónicas que alcancen 70% de capital nacional
10	EC	27/3/2009	Los Kirchner han descubierto la inseguridad
11	EC	30/3/2009	Radiodifusión: Chaco inicia el foro de consultas
12	EC	31/3/2009	Lanzan un celular que permite ver canales de TV
13	EC	3/4/2009	La gran sorpresa del embajador
14	EC	30/4/2009	Operadores de TV por cable, en contra de la ley de medios
15	EC	4/5/2009	Empresas de cable denuncian acciones contra la industria
16	EC	29/5/2009	Los Kirchner y Chávez el juego de las diferencias
17	EC	8/6/2009	¿Libertad de expresión?
18	EC	11/6/2009	Necesitamos un nuevo modelo de medios
19	EC	16/6/2009	Kirchner eligió a los medios como enemigo en el final de la pelea electoral
20	EC	23/6/2009	Más que en el resultado, la expectativa social está puesta en tener certezas de futuro
21	EC	26/6/2009	Pino, en el Obelisco, negó pacto con el Gobierno
22	EC	3/7/2009	El Congreso de transición
23	EC	16/7/2009	Nueva Ley de Radiodifusión y diplomacia
24	EC	29/7/2009	El Gobierno creará su red de televisión digital
25	EC	30/7/2009	Concentran el reparto de publicidad oficial
26	EC	10/8/2009	El fútbol por TV no es urgencia para el Estado
27	EC	17/8/2009	¿Dónde está el jefe de la oposición?
28	EC	21/8/2009	En el fútbol nada es gratis
29	EC	24/8/2009	La última batalla de Kirchner en el poder
30	EC	25/8/2009	Para agudizar la pelea con Clarín, Cristina lanza la nueva Ley de Radiodifusión
31	EC	27/8/2009	Radiodifusión
32	EC	27/8/2009	Cristina con faringitis
33	EC	28/8/2009	La pluralidad es el resguardo para la prensa
34	EC	28/8/2009	La nueva Ley de Radiodifusión preanuncia una guerra en el Congreso
35	EC	28/8/2009	Explotación con más límites
36	EC	28/8/2009	Los gobernadores esquivan la nueva batalla K
37	EC	28/8/2009	La oposición llamó a resistir la ley en el Parlamento
38	EC	28/8/2009	El oficialismo apuesta a los aliados para votar en un mes
39	EC	31/8/2009	Radiodifusión: el peronismo pide cambios para no partir el bloque
40	EC	31/8/2009	“La ley no debe ser para premiar a unos y castigar a otros”
41	EC	31/8/2009	“Tratar la ley ahora es una imprudencia”
42	EC	31/8/2009	ADEPA repudia
43	EC	31/8/2009	Queja de ATA

N° caso	Diario (*)	Fecha	Título
44	EC	31/8/2009	Las razones ocultas de la ofensiva contra Clarín
45	EC	1/9/2009	Moyano propuso a Néstor para presidente en 2011
46	EC	1/9/2009	Ley de medios: los K definen su estrategia
47	EC	1/9/2009	El cable reclama
48	EC	1/9/2009	Una ley trascendente que debiera ser fruto de un encuentro nacional
49	EC	2/9/2009	La persecución, esa costumbre de los autoritarios
50	EC	2/9/2009	La discusión en el Congreso divide a la oposición
51	EC	2/9/2009	Tras una denuncia del Gobierno, De Narváez dijo: 'Me quieren vetar a mí'
52	EC	2/9/2009	Debatirán la ley en audiencias
53	EC	3/9/2009	Por el quórum, Cristina admite cambios en la ley de Medios
54	EC	3/9/2009	El Gobierno da señales compatibles con Chávez y no con la democracia
55	EC	4/9/2009	El Gobierno presiona a Clarín para que venda parte de su negocio del cable
56	EC	4/9/2009	Vila asegura que el proyecto es "el peor despojo que se recuerde"
57	EC	4/9/2009	"La ley de medios K es una de las vergüenzas más oprobiosas que va a vivir el país"
58	EC	4/9/2009	El ganador se queda con todo
59	EC	4/9/2009	La oposición logró que la ley se discuta en siete audiencias
60	EC	7/9/2009	Ley de Medios K: negocian apoyo con normas económicas
61	EC	7/9/2009	Kirchner avanza y nadie tiene la fuerza moral para detenerlo
62	EC	7/9/2009	Clarín perdió 14% en una semana
63	EC	8/9/2009	Medios: el oficialismo acepta cambios y se esperanza con sumar aliados
64	EC	8/9/2009	La visión del diario 'El País'
65	EC	8/9/2009	Arrancan las audiencias con sindicalistas y particulares
66	EC	8/9/2009	Las zonas grises de la Ley de Medios K
67	EC	8/9/2009	Puntos salientes
68	EC	8/9/2009	Ganadores y perdedores
69	EC	8/9/2009	Ausencias notorias
70	EC	8/9/2009	El Gobierno envía auditores a Cablevisión y busca trabar las operaciones de la firma
71	EC	8/9/2009	La UE mira de reojo la Ley de Medios y sugiere controles independientes
72	EC	9/9/2009	Apoyo a la ley de medios
73	EC	9/9/2009	Medios: el kirchnerismo se muestra confiado en Diputados
74	EC	9/9/2009	En Irán también critican a su televisión pública
75	EC	10/9/2009	Medios: el kirchnerismo alarga el debate en la búsqueda de más apoyos
76	EC	10/9/2009	Poder Ciudadano pide debate más amplio
77	EC	10/9/2009	Campanella, por el cine nacional
78	EC	10/9/2009	Al límite, el Gobierno negocia el voto de Menem
79	EC	10/9/2009	ADEPA: la confrontación "no genera el clima adecuado"
80	EC	10/9/2009	La oposición se mostrará unida para reclamar racionalidad al Gobierno
81	EC	11/9/2009	Cobos, Macri y De Narváez, contra ley K: "Si se vota, la revisaremos en diciembre"
82	EC	11/9/2009	Daniel Katz estimó que se impondrá la Ley de Medios
83	EC	11/9/2009	Reutemann y Solá no fueron pero adhirieron por carta
84	EC	11/9/2009	El bloque K apuesta a debatir la próxima semana
85	EC	11/9/2009	Menem reconoció que negocia con el Gobierno su voto en el Senado
86	EC	11/9/2009	Ante la ONU y el G-20, Cristina quedará condenada a explicar por qué no es Chávez
87	EC	14/9/2009	Medios: el oficialismo demora el ingreso de telefónicas y espera así sancionar la ley
88	EC	14/9/2009	Rodríguez Ásala Constitución impide legislar sobre medios

N° caso	Diario (*)	Fecha	Título
89	EC	14/9/2009	Lamentos por la *gaffe* de la AFIP con *Clarín*
90	EC	14/9/2009	El Gobierno ofrece plata por votos para quienes apoyen la Ley de Medios K
91	EC	15/9/2009	Ley de Medios: Cristina restringe el ingreso de las telefónicas
92	EC	15/9/2009	Además, analizan otros cambios
93	EC	15/9/2009	UCR, en contra
94	EC	15/9/2009	El Gobierno confía en que el futuro le dé la razón y que las telefónicas vuelvan al negocio de la televisión paga
95	EC	15/9/2009	Según las telefónicas, se pierde una oportunidad para modernizar el negocio
96	EC	15/9/2009	Los puntos que siguen siendo polémicos
97	EC	15/9/2009	Confiado tras los cambios, el oficialismo busca hoy dictamen para la Ley de Medios
98	EC	15/9/2009	En medio del fuego cruzado, la acción de Clarín se negocia como nunca y aspira al Merval
99	EC	16/9/2009	Medios: a ritmo vertiginoso, el Gobierno empuja su proyecto y busca aprobarlo hoy
100	EC	16/9/2009	La oposición advirtió por los canales de aire
101	EC	16/9/2009	OPINIONES EN UN DEBATE AGITADO
102	EC	16/9/2009	Autoridad de aplicación, el último cambio
103	EC	17/9/2009	En soledad, el kirchnerismo aprobó la Ley de Medios en Diputados
104	EC	17/9/2009	La legitimidad sólo llegará con más consenso
105	EC	17/9/2009	La oposición se puso de acuerdo para retirarse del recinto a la hora de votar
106	EC	17/9/2009	Los puntos polémicos de la ley del Gobierno
107	EC	17/9/2009	VOCES CRÍTICAS
108	EC	17/9/2009	Telefónica pide “visión estratégica”
109	EC	17/9/2009	En el Senado, el oficialismo promete aprobar el proyecto en tres semanas
110	EC	18/9/2009	Cobos repite el desafío y con una carta reclama consenso para la Ley de Medios
111	EC	18/9/2009	Adepa: “se afecta la seguridad jurídica”
112	EC	18/9/2009	La oposición iría a la Justicia
113	EC	18/9/2009	De madrugada, Diputados condicionó el reparto de la publicidad oficial
114	EC	18/9/2009	Pino: “Ninguna Ley es un camino con un muro delante”
115	EC	18/9/2009	La oposición podría haber cambiado un punto clave
116	EC	18/9/2009	Con la ayuda que les dio Binner, los Kirchner van en busca de la revancha contra Cobos
117	EC	18/9/2009	“La Ley tiene ecos del proyecto venezolano”
118	EC	18/9/2009	Sólo falta festejar Navidad antes del 10 de diciembre
119	EC	21/9/2009	A los senadores les queda poder mejorar la ley
120	EC	21/9/2009	La oposición busca que la Ley de Medios vuelva a Diputados
121	EC	21/9/2009	Los Senadores se preparan para tratarlo en dos comisiones
122	EC	21/9/2009	Binner negó un pacto con los K y defendió el proyecto
123	EC	21/9/2009	Kirchner cree que ya venció a Clarín y va por más
124	EC	22/9/2009	A la sombra de la Ley de Medios
125	EC	22/9/2009	Medios: el Gobierno intentará impedir que la oposición haga modificaciones al proyecto
126	EC	22/9/2009	El PJ disidente recibe a empresarios
127	EC	22/9/2009	“Si cambian dos artículos, votaríamos a favor”
128	EC	23/9/2009	No hubo promesas de inversiones y si muchos reclamos empresarios
129	EC	23/9/2009	Medios: el oficialismo intentará hoy sostener su estrategia de acotar el debate
130	EC	23/9/2009	Moyano: “¿Por qué no puede tener una radio la CGT?”
131	EC	24/9/2009	Los medios en la mira
132	EC	24/9/2009	Ley de Medios: el Senado acordó girar el proyecto a cuatro comisiones
133	EC	24/9/2009	Analizan pasar el debate al 14 para evitar a Cobos

N° caso	Diario (*)	Fecha	Título
134	EC	24/9/2009	Jenefes pidió garantizar la seguridad jurídica
135	EC	25/9/2009	Ley de Medios, Honduras y una idea en común
136	EC	25/9/2009	La ley de medios y el viaje al Vaticano aceitan la relación entre la Iglesia y el Gobierno
137	EC	25/9/2009	Adepa advirtió que el proyecto de radiodifusión del Gobierno puede “cercenar” la libertad de prensa
138	EC	25/9/2009	Medios: cambian dos senadores K para asegurar el dictamen
139	EC	25/9/2009	“La ley de medios no puede ser discutida en contra de un grupo o de un sector”
140	EC	25/9/2009	“La nueva ley de medios pone en riesgo la calidad de la democracia”
141	EC	25/9/2009	Telefónica no abandona la idea de ofrecer triple play en el país
142	EC	25/9/2009	Cooperativas telefónicas lanzan su propia marca de celulares
143	EC	25/9/2009	La ley de medios K se debatió en un congreso en la Bolsa de Rosario
144	EC	25/9/2009	Montoya: “Por el inmobiliario rural se pagan monedas”
145	EC	28/9/2009	“Esta ley no es revolucionaria chavista: es moderada”
146	EC	28/9/2009	Medios: los K buscan recuperar votos en duda
147	EC	28/9/2009	Por qué nadie puede detener a Kirchner
148	EC	29/9/2009	Medios: para evitar más fugas, los K apuran el debate en el Senado
149	EC	30/9/2009	Medios: a pesar de las diferencias, la oposición aceptó tratar la ley en octubre
150	EC	30/9/2009	Cristina apura
151	EC	30/9/2009	Empresarios duros: creen que la Argentina es imprevisible e inestable
152	EC	1/10/2009	Medios: no hubo acuerdo por la fecha
153	EC	2/10/2009	Medios: con un apoyo clave, el Gobierno da hoy el primer paso para aprobar la ley
154	EC	2/10/2009	Clarín no va
155	EC	2/10/2009	Para Loñ, los K buscan penetrar en los medios
156	EC	5/10/2009	Medios: la oposición ve grietas en los K y se esperanza
157	EC	5/10/2009	Kirchner, su plan para llegar a 2011 y el teorema de Carrió
158	EC	6/10/2009	Marchas a favor y en contra de la ley de medios llegarán a puertas del Congreso
159	EC	6/10/2009	Apuntar contra los medios para matar la libertad
160	EC	7/10/2009	Medios: la oposición bucea en el reglamento para trabar la ley
161	EC	7/10/2009	Marcha al Congreso contra la ley
162	EC	8/10/2009	Con un voto radical y otro bussista, el Gobierno se asegura la ley de medios
163	EC	8/10/2009	Fellner, confiado
164	EC	8/10/2009	Para Binner “es una ley muy polémica”
165	EC	8/10/2009	Marcha a favor
166	EC	8/10/2009	Nueva ley de medios prohibirá avisos producidos en el exterior
167	EC	9/10/2009	Cómodo, el oficialismo impondrá de madrugada su ley de medios
168	EC	9/10/2009	Los medios le ganan a CFK la batalla por la opinión pública
169	EC	9/10/2009	La lógica kirchnerista
170	EC	9/10/2009	Ley de medios: el debate en Argentina
171	EC	9/10/2009	El Estado debe evitar la creación de monopolios
172	EC	9/10/2009	El proyecto oficial ataca la publicidad privada
173	EC	9/10/2009	Arranca el debate en Senadores
174	EC	9/10/2009	Apoyo oficial a triple play de cooperativas
175	EC	9/10/2009	Para la UCR, “Colombi arregló impunidad con los Kirchner”
176	EC	12/10/2009	La política que es apenas un botín de guerra
177	EC	12/10/2009	Medios: Clarín y Grupo Uno darán pelea en los tribunales
178	EC	12/10/2009	“Debe ser revisada y corregida por el próximo Congreso”

N° caso	Diario (*)	Fecha	Título
179	EC	12/10/2009	Los constitucionalistas pronostican cambios
180	EC	12/10/2009	“Con esta ley no se alcanza el paraíso mediático”
181	EC	12/10/2009	En el Gobierno admiten que no habrá desinversión antes de abril de 2011
182	EC	12/10/2009	Una Ley que viola las garantías constitucionales
183	EC	12/10/2009	Miserias y lecciones de la nueva Ley de medios
184	EC	13/10/2009	La oposición debate cómo cambiar la ley de radiodifusión
185	EC	13/10/2009	La SIP lamentó el “clima polémico y politizado”
186	EC	13/10/2009	Kirchner no podrá utilizar la ley de medios para su candidatura 2011
187	EC	13/10/2009	Un país que vive en el pasado
188	EC	14/10/2009	El escándalo de los votos bajo presión
189	EC	14/10/2009	Medios: una senadora radical admitió que votó presionada
190	EC	14/10/2009	Con o sin la oposición, los K quieren tener en diciembre la ley de Medios en marcha
191	EC	14/10/2009	Comienzan hoy las jornadas de TV por cable
192	EC	15/10/2009	La UCR denunció por cohecho a la senadora que cambió su voto
193	EC	15/10/2009	La cámara que une a los cables también irá a la Justicia por la Ley de Medios
194	EC	16/10/2009	Unión PRO revisará la ley de medios en diciembre
195	EC	16/10/2009	Aceleran la implementación
196	EC	16/10/2009	Cables aceptan que telefónicas den TV, pero con condiciones
197	EC	16/10/2009	“ENTEL daba TV”
198	EC	19/10/2009	La UCR pedirá hoy a Cristina y al Congreso que frenen la ley de medios
199	EC	20/10/2009	Para Cobos, los cambios de última hora a la Ley de Medios son “un simple error”
200	EC	21/10/2009	El Gobierno presiona para que arranque la Ley de Medios
201	EC	22/10/2009	Cobos admitió que por presión del Gobierno avaló errores en la Ley de Medios
202	EC	23/10/2009	Decreto pone en marcha la Ley de Medios
203	EC	27/10/2009	El PRO hará un amparo contra la Ley de Medios
204	EC	29/10/2009	Confirman prórroga por diez años de las licencias de radios y canales de TV
205	EC	29/10/2009	Nuevo capítulo de la fusión Multicanal CableVisión
206	EC	30/10/2009	“La reforma política requerirá de un amplio acuerdo para que tenga legitimidad”
207	AF	26/3/2009	Medios denuncian interferencias
208	AF	24/4/2009	La Argentina más cerca de la TV digital japonesa
209	AF	30/4/2009	El triple play llega y se queda
210	AF	16/6/2009	Ante intelectuales, más crítica a medios
211	AF	2/7/2009	Clarín tuvo otro salto en la Bolsa
212	AF	19/8/2009	La guerra de medios pasa ahora al Senado
213	AF	24/8/2009	Charlas de quincho
214	AF	26/8/2009	Eligen, como Brasil, norma japonesa para la nueva TV digital
215	AF	26/8/2009	Final a una trama de política y tecnología
216	AF	26/8/2009	Medios: show con plaza para girar ley al Congreso
217	AF	27/8/2009	Medios: asoma ley K bajo rumores de freno a la fusión de cables
218	AF	28/8/2009	PELEA CON LOS MEDIOS PASA AHORA AL CONGRESO
219	AF	28/8/2009	Kirchnerismo arma maratón de leyes antes de perder mayoría
220	AF	28/8/2009	Debate será a marcha forzada: el Gobierno quiere la ley en 30 días
221	AF	28/8/2009	La oposición pide debatir recién en diciembre
222	AF	28/8/2009	Cristina giró la ley de medios K con denuncias por “extorsión”
223	AF	28/8/2009	Licencias y contenidos, los puntos ardientes del proyecto

N° caso	Diario (*)	Fecha	Título
224	AF	31/8/2009	El kirchnerismo se resigna a aceptar cambios para aprobar ley de medios
225	AF	31/8/2009	Oposición avisa que la ley tiene plazo fijo a diciembre
226	AF	1/9/2009	Ley de medios: oposición ya negocia para ganar tiempo
227	AF	1/9/2009	Kirchnerismo pide que un diputado se abstenga de votar
228	AF	1/9/2009	La trama secreta del proyecto oficial
229	AF	1/9/2009	Ley actual tuvo 216 cambios (muchos, para los amigos)
230	AF	2/9/2009	El Gobierno denunció a De Narváez por tener un canal
231	AF	2/9/2009	Aceleran debate para aprobar ley en 30 días
232	AF	2/9/2009	Stolbizer se aparta de la UCR y apoya que Congreso vote ahora
233	AF	2/9/2009	Medios: cede más Gobierno con tal de que salga la ley
234	AF	3/9/2009	Cristina ya acepta que le modifiquen ley de medios
235	AF	3/9/2009	Alzas y bajas en la captura del voto para radiodifusión
236	AF	4/9/2009	Kirchner: “Es una medida no concentradora”
237	AF	4/9/2009	Previsible: anulan la fusión de CableVisión y Multicanal
238	AF	4/9/2009	Una prueba de lealtad para diputados en duda
239	AF	4/9/2009	Ya se negocian cambios
240	AF	4/9/2009	Mariotto: “Sí, sí, jefe, le digo que tenemos número”
241	AF	4/9/2009	Arrancó el debate por ley de medios con cruces y agresiones
242	AF	7/9/2009	Traspié
243	AF	7/9/2009	Medios: cede el Gobierno en revisión de las licencias
244	AF	8/9/2009	Ahora el Gobierno nombra auditores en CableVisión
245	AF	8/9/2009	Radiodifusión: 300 anotados debaten la ley ya definida
246	AF	8/9/2009	Aníbal F. debuta con unipersonal en el Senado
247	AF	9/9/2009	Oficialismo reescribe ley de medios
248	AF	9/9/2009	Ley de medios logra unir a la oposición
249	AF	9/9/2009	Audiencia por radiodifusión sólo convocó a oficialistas
250	AF	10/9/2009	Ley de medios: se complica el quórum y aplazan la sesión
251	AF	10/9/2009	Empresas ya denuncian violación a la libertad de prensa y piden tiempo
252	AF	11/9/2009	El Senado ya prepara su propia estrategia
253	AF	11/9/2009	Oposición (con ausencias) dijo que revisará leyes
254	AF	11/9/2009	OBISPOS SE DEFINEN
255	AF	11/9/2009	Medios: kirchnerismo ofrece ahora controlar telefónicas
256	AF	11/9/2009	Última audiencia hoy para cerrar el debate
257	AF	14/9/2009	Senado: prueba de fidelidad para Pampuro
258	AF	14/9/2009	Medios: gobierno busca dilatar tres años ingreso de telefónicas
259	AF	15/9/2009	El Senado ahora busca repetir trámite exprés
260	AF	15/9/2009	“Estaríamos sustituyendo un monopolio por otro”
261	AF	15/9/2009	Kirchnerismo, ausente en el otro debate
262	AF	15/9/2009	Ahora sólo cableras podrían dar telefonía, internet y televisión
263	AF	15/9/2009	Cedió ya el Gobierno en la ley de medios: sacó a telefónicas
264	AF	15/9/2009	Para oposición, el anuncio no alcanza
265	AF	16/9/2009	Con más de 200 cambios votan hoy los diputados la nueva ley de medios
266	AF	16/9/2009	El debate se empastó en comisiones al haber una sola copia del proyecto
267	AF	16/9/2009	Las modificaciones a la ley de medios
268	AF	16/9/2009	PJ disidente lleva su dictamen propio firmado por Camaño

N° caso	Diario (*)	Fecha	Título
269	AF	17/9/2009	Diputados aprobó proyecto de medios sin votos opositores
270	AF	17/9/2009	Frustrada negociación entre kirchneristas y radicales
271	AF	17/9/2009	EL NUEVO MAPA DE LOS MEDIOS
272	AF	17/9/2009	Bloques anti-K se retiraron del debate y denunciaron nulidad
273	AF	17/9/2009	La oposición se retiro
274	AF	17/9/2009	Diputados aprobó medios
275	AF	17/9/2009	En octubre, al Senado
276	AF	18/9/2009	Oposición resignó chance de cambiar artículo clave
277	AF	18/9/2009	Lo que se dijo en el congreso
278	AF	18/9/2009	Cobos y Pichetto enfrentados por los plazos del debate
279	AF	18/9/2009	El debate dejó trizada a la oposición
280	AF	21/9/2009	Medios: debaten sólo en dos comisiones
281	AF	21/9/2009	Ahora opositores no dejarán sus bancas
282	AF	22/9/2009	SORPRESA: SENADO ADELANTA A MAÑANA LA LEY DE MEDIOS
283	AF	22/9/2009	Cristina llevó a Columbia la pelea por ley de medios
284	AF	23/9/2009	Medios: sin acuerdo, vota Senado pase a sólo dos comisiones
285	AF	23/9/2009	Si grupos lo piden, puede haber cambios
286	AF	23/9/2009	Binner justifica apoyo a la ley de medios
287	AF	24/9/2009	Medios: cinco senadores K en duda para la votación
288	AF	25/9/2009	Medios: Gobierno admitió que el proyecto puede mejorarse
289	AF	25/9/2009	Alteran comisión clave para garantizar dictamen
290	AF	25/9/2009	Kirchner, 11-D y un ojo en Papel Prensa
291	AF	25/9/2009	Los tentáculos del Leviatán
292	AF	25/9/2009	Medios: una pelea que es mil peleas
293	AF	25/9/2009	Qué cambia y qué se discute
294	AF	25/9/2009	Un proyecto impostergable
295	AF	25/9/2009	Ley de medios condiciona elección
296	AF	28/9/2009	Medios: kirchnerismo presionado para retrasar fecha de sesión
297	AF	28/9/2009	Diputados se prepara para cambios
298	AF	29/9/2009	Reclaman cambios a impuesto a medios
299	AF	29/9/2009	El esperable show de Bonafini
300	AF	30/9/2009	Kirchner juntó al PJ para “encolumnar” tras ley de medios
301	AF	30/9/2009	Juristas paladean ola de juicios
302	AF	30/9/2009	Medios: oficialismo, cautivo de Cobos por día de votación
303	AF	30/9/2009	Unánime respaldo en Santa Fe a la ley de medios
304	AF	30/9/2009	Sobra libertad de prensa
305	AF	1/10/2009	Medios: Cobos otorga sesión para votar antes del viaje presidencial
306	AF	1/10/2009	Cables y asociaciones de TV sumaron rechazo
307	AF	2/10/2009	Medios: el Gobierno, con una semana para impedir que vuelva a Diputados
308	AF	2/10/2009	Duelo de gobernadores: Capitanich vs. R. Saá
309	AF	5/10/2009	Medios: la sangría de votos K acerca ley de nuevo a Diputados
310	AF	5/10/2009	Ley porteña de radio y TV para frenar proyecto K
311	AF	5/10/2009	Guerra de plazas del Sí y el No
312	AF	6/10/2009	Anticipan una sesión de más de 20 horas
313	AF	6/10/2009	Medios: Gobierno en alerta ante el brote de piquetes

N° caso	Diario (*)	Fecha	Título
314	AF	6/10/2009	Hoy, marcha contra el proyecto de ley
315	AF	6/10/2009	Ley de medios signa aval a suba impositiva fueguina
316	AF	7/10/2009	Medios: PJ rebelde rechaza dictamen opositor con UCR
317	AF	7/10/2009	De Angeli, Castells y Bergman preparan vigilia
318	AF	7/10/2009	Susto de Rached
319	AF	8/10/2009	Giro: un voto UCR y otro bussista empujan ley de medios en el Senado
320	AF	8/10/2009	Marchas enfrentadas por la sesión
321	AF	9/10/2009	Medios: Gobierno apela a sus aliados para poder blindar la ley en el Senado
322	AF	9/10/2009	Peronistas disidentes prometen resistir
323	AF	9/10/2009	UCR ya denuncia posibles coimas
324	AF	9/10/2009	Un café que pudo impedir la guerra
325	AF	9/10/2009	Los puntos más conflictivos del proyecto
326	AF	9/10/2009	Los K, a la calle por revancha de la 125
327	AF	12/10/2009	Medios: por qué el proyecto sacó más votos en particular
328	AF	12/10/2009	Oficialismo estira a dos años cláusula sobre desinversión
329	AF	12/10/2009	Kirchner, trasnoche en Olivos, vendetta, brindis y quimeras
330	AF	12/10/2009	Comentarios políticos del fin de semana
331	AF	13/10/2009	Medios: guerra por reglamentos
332	AF	13/10/2009	SÁNCHEZ A LA JUSTICIA
333	AF	13/10/2009	Ahora Macri impulsa una ley de medios propia para Capital
334	AF	14/10/2009	Medios: ley no espera a bloques opositores
335	AF	14/10/2009	Defendió Macri ley porteña del cable
336	AF	14/10/2009	Ríos quiere cosechar tras voto a la ley K
337	AF	15/10/2009	Medios: peronismo K y anti-K buscan controlar el directorio
338	AF	15/10/2009	Pichetto defendió errata
339	AF	15/10/2009	Denuncia de la UCR
340	AF	16/10/2009	Senado reconoce que debe corregir error en la ley de medios
341	AF	16/10/2009	Carrió: el Gobierno habla de derechos humanos y los viola
342	AF	19/10/2009	Senado decide qué hacer con error en medios
343	AF	20/10/2009	Senado decide hoy si investiga “error” en la ley de medios
344	AF	20/10/2009	Medios: oposición dilata la bicameral
345	AF	21/10/2009	Cristina apura hoy puesta en marcha de la ley de medios
346	AF	21/10/2009	Reedita el Senado guerra por ley de radiodifusión
347	AF	22/10/2009	Senado rechazó el freno de la UCR a la ley de medios
348	AF	22/10/2009	Nuevo holding de radio y TV para festejar la ley de radiodifusión
349	AF	23/10/2009	Gobierno negocia transición en medios con DNU de Kirchner
350	AF	29/10/2009	Confirman prórroga de licencias de medios

(*) EC: *El Cronista Comercial*; AF: *Ámbito Financiero*.

ANEXO IV. Listado de entrevistados

Nombre	Cargo	Sección	Diario	Año de la entrevista
Esteban	Periodista	Política	*Ámbito Financiero*	2016
Fabio	Editor	Economía	*El Cronista Comercial*	2016
Fausto	Director periodístico	-	*El Cronista Comercial*	2016
Ismael	Editor	Política	*El Cronista Comercial*	2016
Iván	Secretario de Redacción y editor	Política	*Ámbito Financiero*	2016
Natalia	Periodista	Política	*El Cronista Comercial*	2016
Pedro	Periodista	Política	*Ámbito Financiero*	2016
Roberto	Sub-editor	Política	*Ámbito Financiero*	2016
Sandro	Periodista	Internacionales	*Ámbito Financiero*	2015
Santiago	Sub-editor de 'Opinión' y periodista	Internacionales	*El Cronista Comercial*	2015