

# Noticieros en Argentina: la representación de la actualidad en las encrucijadas políticas

## Newscasts in Argentina: the representation of current policy at cross roads

Hernán Pajoni, Lidia De La Torre, Mariano Besada<sup>1</sup>

Recibido el 10 de mayo de 2013- Aceptado el 30 de julio de 2013

**RESUMEN:** Los noticieros en Argentina experimentan un proceso creciente hacia la ficcionalización que impacta directamente sobre la agenda temática prioritaria, sobre la complejidad de los análisis de la realidad y por tanto sobre el modo en que construyen los temas que ordenan las preocupaciones que rigen la vida social.

El objeto de esta investigación es el análisis de la cobertura informativa de tres noticieros de televisión abierta de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sobre la aplicación de la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina.

La investigación aporta un panorama interesante sobre la actuación del periodismo y sus condicionantes profesionales, productivos, económicos y patrimoniales que pesan sobre la calidad informativa.

**Palabras clave:** Noticias, televisión, medios de comunicación, representación, periodismo

**ABSTRACT:** The news in Argentina experienced a growing process to the fictionalization that impacts directly on the priority thematic agenda on the complexity of the analysis of reality and therefore on the way they build ordering issues concerns governing social life.

The purpose of this research is to analyze the coverage of three nightly broadcast of the Autonomous City of Buenos Aires on the implementation of the new law on Audiovisual Communication Services in Argentina.

The research provides an interesting insight into the performance of journalism and professional constraints, production, economic and heritage that weigh on the quality of information.

**Key words:** News, television, media, representation, journalism.

---

1 Los autores son profesores de la Facultad de Ciencias Sociales, Políticas y de la Comunicación, de la Universidad Católica Argentina. Lidia De La Torre, es profesora de Metodología de la investigación y Teoría Social. [ldelatorre@uca.edu.ar](mailto:ldelatorre@uca.edu.ar). Hernán Pajoni, es profesor de Análisis del discurso, Taller de Televisión, y Políticas de Comunicación. [hpajoni@gmail.com](mailto:hpajoni@gmail.com) y Mariano Besada es profesor del Taller de Televisión, [mbesada@yahoo.com](mailto:mbesada@yahoo.com)

## Introducción

En las últimas dos décadas, los noticieros en Argentina –al igual que en Latinoamérica– han experimentado un proceso de creciente ficcionalización, que no solo da como resultado un nuevo formato de exhibición de la información, sino que impacta directamente sobre la agenda temática prioritaria, sobre la complejidad de los análisis de la realidad y por lo tanto, sobre el modo en que construyen los temas ordenadores de las preocupaciones inminentes que rigen la vida social.

El esquema de producción y exhibición vinculado al impacto, la emoción y la ficcionalización de los relatos es una tendencia ya consolidada que no se manifiesta solo en la Argentina. La alianza información/entretenimiento y el retroceso incesante del espacio dedicado a los temas que fueron históricamente de naturaleza informativa, como la política, la economía y los acontecimientos internacionales muestran un panorama de cambios ya cristalizados en el plano de la producción y, como consecuencia, en el ámbito de la recepción, sus efectos y consumos.

Este proceso es contemporáneo con la constitución –a partir de la década del 90– en el sistema de medios de Argentina de un virtual duopolio; con la formación de los dos grupos económicos dominantes del mercado

de los medios de comunicación: Telefón-Telefónica como principal operador de televisión abierta en Argentina y el Grupo Clarín, que luce una posición absolutamente dominante en el mercado de la televisión por cable, que alcanza según distintas estimaciones entre 158 de 250 operadoras en el país, además de negocios en el televisión abierta, la industria editorial, el periodismo gráfico y la radio.

Estos dos aspectos conforman una parte ineludible de las condiciones de producción que caracterizan al sistema de medios en Argentina y por tanto de los modos de producción y distribución de la mercancía informativa; son en definitiva las condiciones institucionales objetivas para realizar una investigación sobre los modos de cobertura de los noticieros argentinos en contextos de grandes tensiones y encrucijadas políticas que tienen como actores principales de la disputa al gobierno nacional y a los conglomerados de medios de comunicación privados.

## 1. Objeto de investigación

El objeto de esta investigación es la cobertura informativa que realizaron los noticieros de tres canales de televisión abierta de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sobre la aplicación de la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. En particular sobre el

llamado “7D”, en referencia a la fecha de vencimiento (7 de diciembre de 2012) para la aplicación de un controvertido artículo de desinversión que afecta patrimonialmente al grupo de medios más concentrado del país – el Grupo Clarín-.

Si bien por diversos recursos ante la justicia, la desinversión no se concretó como lo exigía el gobierno nacional, se trata de un objeto de investigación cuyos resultados pueden ofrecer aportes interesantes sobre la actuación del periodismo y sus condicionantes profesionales, productivos, económicos y patrimoniales que pesan sobre la calidad informativa.

## 2. Contexto: la nueva ley de medios

Una investigación realizada en el marco del Instituto Prensa y Sociedad (Becerra, Mastrini, 2009) constata que el proceso de la concentración de medios en el país que comenzó en la última década del siglo XX, se ha incrementado en los primeros años del siglo XXI. “Los grandes grupos de comunicación que actúan en la Argentina han explotado las singulares características de toda la región latinoamericana: ausencia de políticas estatales de servicio público y falta de controles antimonopólicos, entre otros aspectos que distinguen la tradición reglamentaria latinoamericana de la europea, por ejemplo. Capitalizando estas condiciones, los grupos de comunicación de la región aceleraron los procesos de concentración infocomunicacional desde hace dos

décadas a punto tal que los principales grupos son *de facto* los dueños de las unidades de producción, almacenamiento, comercialización y distribución de más del 80% de los contenidos que reciben los ciudadanos” (Becerra, Mastrini, 2009).

Las ventajas otorgadas por parte del Estado a los titulares de los medios, y la particular relación entre regulador y regulado en materia de radiodifusión es una constante en la historia misma del sector. Esta tendencia en el rol de los actores en la configuración del sistema de medios, se agudizó con las modificaciones reglamentarias que en el período post 1989 empeoraron la ley de radiodifusión vigente, decretada en 1980 por el gobierno militar de Jorge R. Videla. Uno de los instrumentos normativos que profundizaron el retroceso del Estado en materia de regulación fue la ley de Reforma del Estado, votada por el Parlamento en 1989, bajo la presidencia de Carlos Saúl Menem en el contexto del desmantelamiento del Estado como política gubernamental, que habilitó la conformación de multimedios y el anonimato en la titularidad del paquete accionario de las sociedades titulares de licencias de radiodifusión. También deben consignarse otras normativas fundamentales para la época: el estatuto legal asignado a los tratados de reciprocidad comercial que legalizó el ingreso de capitales extranjeros al negocio; el Decreto 1005 de 1999; la ley de “bienes culturales” de 2003 que

protegió la propiedad nacional de medios endeudados con acreedores extranjeros; la renovación y extensión de licencias entre 2004 y 2005.

En octubre de 2009 se aprueba la ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. El carácter antimonopólico de la nueva ley produce una grave afectación a los intereses de los grupos oligopólicos, ya que genera diferentes tipos de incompatibilidades a los operadores de medios audiovisuales. A fin de comprender los alcances del conflicto de intereses que se le presentan a cada operador de medios, pasamos reseñar las de mayor importancia para este trabajo.

El grupo Clarín, según investigaciones judiciales, detenta 158 licencias de televisión por cable o 240 licencias según el titular de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), Martín Sabbatella; además de 8 licencias de radio, 4 licencias de televisión abierta o 9 según el titular del AFSCA y 9 señales de contenidos en todo el territorio nacional. El Art. 45 de la ley, establece los límites a la cantidad de licencias por titular de hasta 24, además de impedir en la misma área de influencia que el mismo titular sea propietario de una licencia de cable y un licencia de televisión abierta.

El caso de Telefó perteneciente al grupo Telefónica de España, se ve afectado por los artículos 24 y 25 de la

ley, que establecen las condiciones de admisibilidad e incompatibilidades para los titulares de licencias y que consisten en lo siguiente:

- El licenciatario no puede tener más del 10% de las acciones de un servicio público nacional, provincial o municipal como es el caso de la telefonía.
- No pueden ser filiales o subsidiarias de sociedades extranjeras, que permitan una posición dominante del capital extranjero en la conducción de la licencia.
- El licenciatario deberá tener un capital social de origen nacional, permitiéndose la participación de capital extranjero hasta un máximo del treinta por ciento (30%) del capital accionario

En este contexto legal se ubica el acontecimiento que constituye el eje de nuestro análisis: el 7D (7 de diciembre de 2012). Esta era la fecha límite que, según el Art. 161 de la Ley, tenían los titulares de medios para adecuarse a los nuevos criterios de la multiplicidad de licencias. En él se define que los titulares de licencias que al momento de entrada en vigencia de la ley detentaran una cantidad mayor de licencias, o que tuvieran una composición societaria diferente a la permitida, deberían ajustarse a las disposiciones de la ley en un plazo no mayor a 1 año.

La discusión política y la batalla judicial sobre la fecha de puesta en

vigencia de la ley y el vencimiento del plazo de desinversión, culminó con un ultimátum del gobierno nacional que estableció de acuerdo con su lectura de los plazos legales el 7 de diciembre como la fecha definitiva para establecer el día de la adecuación. El Art. 161 obliga tanto al Grupo Clarín como al resto de los grupos multimédios de Argentina a adecuarse y cumplir con los límites de licencia por titular. Luego de que la ley 26522 fue sancionada en octubre de 2009, el Grupo Clarín presentó una medida cautelar para frenar el artículo de desinversión. Finalmente la Corte Suprema de Justicia, dictaminó, el 23 de mayo de 2010 que la medida cautelar vencía el 7 de diciembre, considerando además como “razonable” el período de tres años, aunque lo acortó un año por considerar como fecha inicial octubre de 2009, es decir, cuando el Grupo Clarín presentó la medida cautelar. La fecha establecida por la Corte, animó a que la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) sostuviera que si el multimédios no se adecuaba de manera voluntaria, el organismo podía licitar de oficio las licencias excedidas.

### 3. Marco teórico

A los efectos de ordenar conceptualmente la perspectiva conceptual que orienta esta investigación, parte del conjunto de abordajes que constituyen la llamada Teoría del Framing, así como muchos de sus términos teóricos servirán para

orientar la concepción de los procesos de encuadramiento de la realidad que se aplican sobre nuestro tema de interés. Asociado a los criterios de encuadramiento o *frames*, consideramos necesario la inclusión de otras perspectivas que enriquezcan el conjunto de variables en la búsqueda de una análisis más integral sobre los modelos de la realidad promovidos por cada uno de los noticieros relevados, en particular, la valoración de las condiciones económicas y patrimoniales que permiten explicar, aunque no de forma determinista, el comportamiento de las empresas de comunicación.

La utilidad de este marco teórico para el encuadre del trabajo radica en que ofrece claridad conceptual para explicar el modo en que algunos de los acontecimientos de la realidad se transforman en noticia; ya que permite analizar la particular faceta que adquiere la noticia, es decir, 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.

No existe otro modo de producir noticias (y de comprender el entorno) si no es a través de un encuadre o *frame* que establece un código común de comprensión para emisores y receptores en la problematización de un conjunto de acontecimientos

seleccionados, organizados y emitidos para comunicar. Esta organización vital de los modos de comprender y comunicar generan “patrones persistentes de cognición, interpretación y presentación de la selección, énfasis y exclusión, a través de los cuales quienes manejan los símbolos organizan de forma rutinaria el discurso, ya sea verbal o visual” (Gitlin, 1980,7). Esta perspectiva es diversa en cuanto a su representación conceptual del modo en que los medios intervienen en la sociedad, pero confluye en una preocupación común; en cómo influyen las características de un medio para determinar los frames de una noticia. Y es justamente en estos determinantes en donde la Teoría del Framing tiene distintos exponentes y distintas cosmovisiones que lo alimentan en una preocupación que se ajusta con nuestra indagación: Qué criterios son utilizados para convertir un evento en un acontecimiento noticiable, es gran parte del problema del estudio sobre la dinámica de la acción periodística. ¿Son los *frames* entonces simples rutinas de trabajo que imponen la impronta del modo en que se produce actualidad informativa? Si es así, entonces es necesario hacer un abordaje complejo sobre esa rutina de producción, incorporando un conjunto de condicionantes que exceden la práctica profesional, de lo contrario, quedará cristalizada la concepción de que el enfoque periodístico, es decir, el modo en que la realidad es representada en el discurso

informativo, es un sistema con reglas propias sometida a los requerimientos de un sistema de producción seriada donde las valoraciones políticas, ideológicas o económicas quedan desplazadas. La perspectiva que aquí sostenemos incorpora con el mismo peso los requerimientos del sistema de producción rutinizada de noticias a la par que los condicionantes ajenos al quehacer específico pero fuertemente definitorios en el resultado final de la producción de realidad en la televisión. Por ejemplo, cuando Tankard (Tankard en Amadeo, B. 2007, 187) incluye una definición de *frame* de mayor alcance, asegura que se trata de una idea que provee un contexto y sugiere de qué trata el tema “a través de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración de algunos de sus aspectos concretos”, y al seleccionar esos aspectos concretos propone una definición del acontecimiento, que para Entman (1993,52) además de una definición promueve “una interpretación causal, una evaluación moral y/o la recomendación de un tratamiento para el tema descripto. Los *frames* típicamente diagnostican, evalúan y prescriben”. Este proceso de designación y promoción de modelos de realidad no debe ser naturalizado como resultado de un simple proceso de producción noticiosa, sino en un contexto más amplio en el marco de una fuerte concentración de la propiedad de los medios que intervienen como actores interesados en el debate de lo público y como

actores económicos relevantes, en un diálogo siempre conflictivo con los poderes del Estado. En este sentido, la Teoría del Framing desde sus distintos exponentes comprenden esta problemática, basados en la idea de que los *frames* “dejan de ser un mero sistema de selección de temas noticiables y pasan a ser los patrones persistentes de las mentes de quienes administran, dominan y manejan los símbolos sociales (Gitlin, 1980,7) e incluso Rachlin (1988) incorpora la concepción de que estas miradas de la realidad están inscriptas en la cultura política y en la ideología hegemónica que contribuye en la definición del tipo de narración que los periodistas hacen de la realidad. Para este autor, los *frames* no se originan en intereses organizacionales o profesionales, sino que reflejan el punto de vista dominante de una sociedad en torno al modelo hegemónico.

Aquí sería necesario establecer la dificultad que representa la división teórica y analítica entre intereses organizacionales y punto de vista dominante, pues una mirada compleja del proceso que indagamos, reclama un análisis convergente en el mismo sistema productivo entre ambos elementos, es decir entre las rutinas profesionales y la impronta de las condiciones institucionales de producción que se incorporan naturalmente en la práctica periodística. Así, generar patrones de cognición e interpretación puede ser una condición natural del proceso de

producción noticiosa, pero a la vez puede ser un modelo de imposición interesada de perspectivas con determinados fines no informativos. La creación de *frame*, entonces, si bien es una condición natural a raíz de la frecuencia y la intensidad de tratamiento de temáticas recurrentes, puede ser un instrumento de transmisión ideológica deliberada. Van Dijk (2004) sostiene que la ideología opera en el lenguaje a partir de una estrategia de polarización que denomina “cuadrado ideológico”, que cumple la función de resaltar nuestras buenas acciones; resaltar sus malas propiedades; mitigar nuestras malas propiedades y mitigar sus buenas acciones o propiedades, todo en el marco de la posición antagónica entre un “nosotros” y un “ellos”. Por su parte, en la construcción argumental del discurso defensivo, la selección léxica “pueden transformarse en patrimonio excluyente de un grupo” (Van Dijk, 2004), como un arma preformativa para el otorgamiento de sentidos a procesos, acontecimientos y protagonistas. Esto es relevante por el poder de designación de la realidad de quienes detentan las facultades de producir discursos públicos, de acceso mayoritario, sistemático y concentrado. El poder de designación de los acontecimientos, de argumentación y de expansión de patrones mentales adecuados a los intereses de los discursos emanados de sectores de poder son características de los actores que son objeto de esta investigación, de modo tal que es relevante ponderar

la fuerza connotativa de esos discursos que reafirman su poder prescriptivo. Van Dijk (2004) enumera el poder de prescripción cuando detalla los elementos del control de las estructuras semánticas; la selección de las palabras; focalización de los temas de actualidad y control de las formas retóricas, entre otras. En definitiva, es una perspectiva que colabora para desentrañar las operaciones por las cuales los discursos se elaboran de acuerdo con la propia posición de enunciación, interactuando con las propias rutinas periodísticas y el pacto de verdad con los espectadores. Se trata de un proceso convergente en la construcción de la legitimidad del discurso periodístico en televisión, donde la verdad nacida en la convención social de la creencia en el género informativo es un pilar fundamental. Esto implica una premisa que funda un pacto entre emisores y receptores para el encuadramiento del discurso, que establece un modo particular de predisposición para la recepción que establece una clausura para la comprensión del discurso y sus consecuentes efectos. Este pacto de lectura -que impacta tanto en el sistema productivo como en el espacio de la recepción- define gran parte de las características del régimen de producción y del régimen de consumo. El concepto de género, entonces, es clave para enriquecer este marco conceptual y es congruente con la complejidad de las variables que constituyen la creación de los *frames*. Por un lado, porque es un rasgo

central de los procedimientos por los cuales los espectadores consideran el producto informativo como referente de lo real, que consiste en una forma textual, estética y política de poner en la pantalla miradas de la realidad. Por otro lado, porque las formas narrativas deben responder a ciertos hábitos de consumo y ciertas formas legitimadas de comprender el funcionamiento de la sociedad y sus actores. Es decir, el pacto de género en el periodismo televisivo responde a las mismas particularidades de consumo que los demás géneros y, a la vez, exige en su singularidad la primacía de ciertas estrategias vinculadas a las obligaciones que se le piden al discurso referencial, y su vínculo con la realidad. Por tanto, estamos frente a un sistema de signos formalizado cuyas reglas han sido asimiladas a través del consenso cultural y son parte constitutiva en la estandarización de las rutinas de producción. Pero, a su vez, la televisión desacomoda los esquemas rígidos de la prensa gráfica en términos tanto de la definición de *noticia*, como el encuadramiento temático que se establece con la división en secciones. Stella Martini (2000) sostiene que “en la televisión las clasificaciones son flexibles, pueden abrirse a etiquetas nuevas, o modificarse por la importancia de temas de “último momento” o de aquellos que, por su relevancia o gravedad, se imponen en el primer bloque, o por la dominancia de alguna serie de noticias.” Estos modelos dinámicos en los noticieros se expresa



claramente en la evolución de los formatos que han experimentado importantes cambios en los términos del pacto de lectura y de la hibridación de géneros a partir especialmente de la década del 90. Allí emerge el espacio voluminoso de los estudios centrales, donde se promueve la representación de la acción noticiosa. Se abre el plano de la cámara, aparecen en escena sus actores principales y se expone la maquinaria productiva de la noticia en el proceso de procrear la realidad. Lorenzo Vilches (1995) lo llama el “espacio nodal”, donde “el estudio de televisión es la parte visible de la producción de información (...) se simula el carácter externo del trabajo periodístico (...) el presentador atenta con su protagonismo la relación entre el espectador y el relato del acontecimiento”. Como advirtió Eco, cuando recién asomaba la configuración de este proceso “la fuerza de esta verdad, que el presentador anuncia e impone quizás implícitamente, es tal que alguien puede creer, como hemos visto, que le habla sólo a él” (Eco, 1983). Podemos señalar que se trató de un desplazamiento de la credibilidad y los fundamentos de validación de la verdad de los referentes que constituyen los acontecimientos. Esta investigación debe necesariamente ponderar estas transformaciones para poner en su justo lugar la representación del 7D. De ahí que en este contexto el carácter central que adopta la escenificación de la arquitectura de los estudios de

transmisión, pone en primer lugar las operaciones discursivas que se articulen en ese nuevo espacio, pues ahora es allí desde donde el acto de enunciación creíble se inaugura.

En congruencia con este nuevo formato, cambian los registros del lenguaje con una tendencia al carácter coloquial, y la utilización como claramente lo señaló Eliseo Verón (1983) el registro del *nosotros inclusivo* y un distanciamiento de los acontecimientos en un intento retórico y vincular de fusión con las audiencias: “Tomar distancia de la información, implica producir un proceso de proximidad con el espectador y rompe con la diferencia del *periodista que sabe informa a la audiencia que no sabe*.” (Verón, 1983). Los especialistas en escena refuerzan la cercanía de conductores y audiencias, pues descende el conductor en su entendimiento frente al saber técnico, al igual que los públicos.

Las condiciones de producción, las improntas del formato y las variables institucionales del medio, cada una, modela entonces la formación de determinados *frames* y no de otros. En qué condiciones particulares predominan algunos de estos aspectos sobre otros en el modelo de realidad postulado por el discurso del noticiero, es un elemento central para esta investigación. Aunque no siempre prevalecerá una sobre otra, probablemente en condiciones regulares los tres aspectos se presentan

naturalmente dosificados en el proceso de producción, pero en determinadas condiciones la impronta de una de ellas se impondrá sobre las demás, siguiendo el razonamiento, ¿los cambios en el formato del noticiero será un aspecto ineludible para cualquier noticia o se impondrá otra lógica de acuerdo con las necesidades de la línea editorial, concepto general naturalizado cuando se hace referencia al modelo particular de realidad que produce el noticiero?. Porque la ruptura entre el discurso referencial y el discurso ficcional en los noticieros se instituye con la fundación de un nuevo parámetro, teórico y práctico: el infortretenimiento. El fin de las barreras separadoras de los géneros y, por tanto, de los pactos de lectura convencionalizados establece en el plano de lo informativo una mezcla que complejiza el origen de los insumos para la producción noticiosa, y la aplicación de recursos retóricos, semánticos y estéticos convergentes para la generación de discursos y formatos. Para J.C. Lozano (2000) el infortretenimiento en el plano de la producción del formato noticiero se caracteriza por la combinación de la información con el entretenimiento, con el propósito de atraer audiencias normalmente no interesadas en el seguimiento de las noticias en televisión, y transformando las noticias en espectáculo como “piezas dramáticas o sensacionalistas”. Así, la fusión de la información con el entretenimiento se manifiesta hoy en un evidente proceso hacia la

espectacularización y ficcionalización. Farré (2007) enumera algunos de los recursos que los noticieros utilizan en este contexto: diálogo cómplice entre conductores, dramatizaciones, relatos de suspenso, musicalización, exhibición del estudio central. Por su parte, Lozano (2000) hace una caracterización semejante con la pretensión de ejemplificar un concepto que se deriva naturalmente de la ficcionalización: la espectacularización, que se muestra evidente realizando una simple observación de los recursos de los noticieros: apelación a las emociones, editorialización por parte de los conductores que adoptan tonos de voz altos y rápidos, con énfasis dramáticos.

La caracterización de los recursos para la puesta en escena de la producción del discurso informativo tiene su correlato en la definición de la agenda temática, pues se experimentan necesariamente cambios en el proceso de tematización que las referencias tradicionales sobre los problemas de interés público van a modificarse con la nueva dinámica que adoptan los productos informativos en este contexto. Esta caracterización se hace necesaria a la luz del tratamiento que reciben algunas noticias, pues el objeto de esta investigación puede modificar las condiciones productivas estandarizadas -y brevemente señaladas en este trabajo- en virtud de las necesidades de la empresa periodística en cada caso.

Como vimos, las distintas perspectivas del Framing contienen –por necesaria e ineludible– la noción de que cada discurso es capaz de asignar al mismo acontecimiento distintos encuadres o sentidos, se trata de una competencia por la imposición del esquema de comprensión más adecuado a los intereses de cada discurso. Y este aspecto es sumamente relevante para nuestro objeto de investigación en el contexto de la disputa de sentidos que rijan las representaciones sociales generales de una sociedad. En el mismo sentido y por supuesto que proveniente de otra matriz teórica, Stuart Hall (1993,179) considera que los acontecimientos sólo son tales, es decir, sólo son evento comunicativo luego de un proceso de elaboración muy complejo que incluye “las estructuras institucionales de *broadcasting*, con sus tácticas y redes de producción, sus relaciones organizadas e infraestructuras técnicas...”, y además el conjunto de sentidos y prácticas que delimitan y conforman el resultado final del producto informativo: “conocimiento-en-uso acerca de las rutinas de producción, desempeño técnicos históricamente definidos, ideologías profesionales, conocimiento institucional, definiciones y creencias, creencias acerca de la audiencia, etc.”. Así, el poder de caratular la realidad de los acontecimientos es constitutivo del trabajo periodístico y objeto de estudio relevante debido al impacto de su discurso y su efecto de verdad; de lo contrario, las condiciones de

producción y los procesos de encuadramiento cognitivo de los hechos por parte de las empresas periodística y sus actores no sería tan relevante.

Aunque las teorías críticas y en este caso la perspectiva del *Framing* parecen segregarse por sus mismas tradiciones teóricas, deliberadamente las ponemos en interacción porque entendemos que se fortalecen con concepciones que lejos de confrontar, se potencian.

En este sentido, y en la misma Teoría del Framing, algunos de sus exponentes consideran que la cobertura de un acontecimiento estructura la investigación de temas similares construyendo un *key event*. De este modo, los medios de comunicación son “un foro en el que varios grupos sociales, instituciones e ideologías se pelean por definir la realidad social”. (Gamson, 1992)

Parte indivisible de las condiciones institucionales de la empresa periodística es la estructura de propiedad del medio en cuestión, porque permite advertir cuáles son los condicionantes de este tipo para la construcción de los *frames*, en definitiva, del modo de representar la actualidad. De modo tal, que las aportes de la economía política de la comunicación referentes a la composición societaria de los medios privados son conocimiento relevante para la constitución de un saber integral acerca de la creación de los

marcos en que -en el discurso periodístico- la realidad se hace presente.

Cómo se construye un encuadre, cuáles son los condicionantes institucionales de la elección de ese encuadre y de qué manera el encuadre cristaliza amigos o adversarios que se instituyen naturalmente en la construcción del discurso periodístico, son interrogantes que reclaman una respuesta que incluya una concepción sobre la construcción noticiosa no solo desde la especialidad descriptiva del proceso sofisticado de la producción seriada de información, sino desde la manifestación política del discurso informativo que interpela a la sociedad y al sistema político como protagonista de la disputa de sentidos y valores en el campo ideológico y cultural.

#### 4. Metodología

Este trabajo parte de la hipótesis de que la alineación política y/o los intereses económicos de los noticieros de televisión definen el enfoque y por tanto orientaron el tratamiento del tema 7D. La puesta a prueba de este supuesto, se basó en la observación de la forma en la que cada noticiero construyó la noticia que informaba sobre este tema. En este sentido se trabajaron por un lado, indicadores referidos al formato y recursos propios de un noticiero de televisión que nos permitieran analizar la relevancia de la noticia, y por otro las fuentes convocadas y su postura

frente al tema, lo que nos permitió ver la existencia o no de parcialidad en el tratamiento del 7D. Para observar dichos indicadores se plantearon las siguientes preguntas:

- ¿Cuál fue la relevancia –tiempo y espacio– que tuvo el tema 7D en el contexto informativo de los noticieros analizados?
- ¿Cuáles fueron los formatos –informe grabado, piso, títulos, móvil en vivo, videograph– y en que media fueron utilizados por cada uno de los noticieros analizados?
- ¿Qué tipo de fuentes – gubernamental, oficial pública, oficial privada, experto, testimonial, anónima– fueron utilizadas y en qué cantidad?
- ¿Cuál fue la posición de las fuentes respecto del tema analizado?

La elección de los noticieros que formaron el *corpus* de este estudio, siguió como criterio general que se correspondan con las ediciones del *prime time*, pero dado el conflicto que planteaba el 7D, era ineludible la inclusión de los dos noticieros que en ese horario emitían los visiones en pugna: Telenoche por el Grupo Clarín, y Visión 7 Central por ser el canal del Estado. Se incorporó en el análisis Telefé Noticias 2da. Edición porque es el noticiero de mayor rating durante el año 2012, además de pertenecer a una emisora privada y estar involucrado en los efectos de la nueva ley de medios.

El corpus estuvo compuesto por treinta noticieros -diez por cada uno de los seleccionados- elegidos entre el 3 de diciembre y el 14 de diciembre y correspondientes a los cinco días hábiles previos al 7D y a los cinco días hábiles posteriores.

Dado que el objetivo fue describir el comportamiento de los indicadores señalados más arriba, se analizó el contenido de los discursos y se cuantificaron los recursos utilizados.

## **5. Análisis del objeto y definición de conceptos**

### **5.1. El tema en la estructura del noticiero**

En el período analizado, el tema 7D apareció con una frecuencia importante en los tres noticieros analizados, sin embargo, se observan diferencias significativas en la manera en que fue presentado y tratado por cada uno de ellos. El 7D apareció como tema en la agenda de Visión 7 Central en nueve de cada diez emisiones; en Telenoche, en ocho de cada diez y en Telefé Noticias 2da. Edición en siete de cada diez. (ver gráfico 1.) Esta secuencia no se corresponde, necesariamente, con la relevancia del tema en el contexto del noticiero, relevancia dada tanto por la ubicación de la noticia como del tiempo de pantalla que se le adjudica. La selección y jerarquización que un noticiero hace de las diferentes noticias que van a ser publicadas en cada edición, y de la duración que esas

noticias y sus derivados ocupen dentro de la estructura narrativa del noticiero como conjunto, depende de varios factores que condicionan la importancia de un acontecimiento, más allá de la relevancia que esta noticia tenga o no en la agenda pública, si es que pueden ser diferenciadas ambas agendas. Es necesario además -aunque excede este análisis- reconocer el peso de las mediciones de audiencia minuto a minuto que definen la prolongación en el tiempo del tratamiento de determinados temas dentro de la estructura del noticiero.

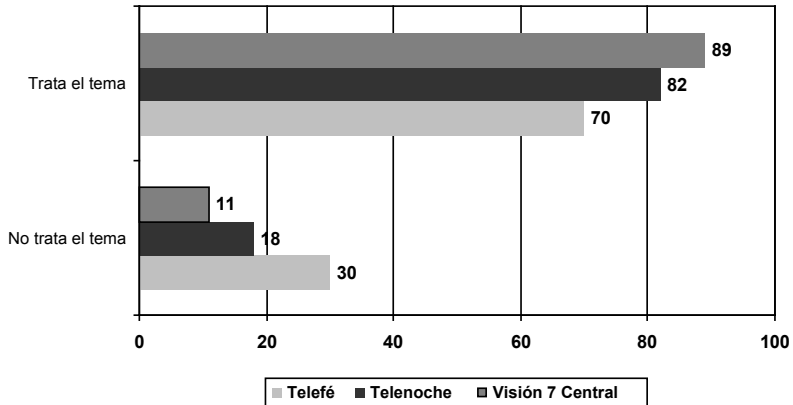
Podemos observar que el 7D aparece como más relevante por su ubicación, en Visión 7 Central ya que en el 63% de los casos es tratado en más de un bloque, en el primero y algún otro, mientras que en Telenoche aparece un 33% en el primer bloque. En Telefé Noticias el tema apareció en el 71% de los casos en el segundo bloque.

La distribución de las noticias en el diseño de cada edición del noticiero tiene distintas dimensiones de ponderación de acuerdo con el formato de cada programa informativo. Aquí cabe hacer una necesaria distinción entre el noticiero del canal estatal y los dos pertenecientes a medios privados respecto de la consolidación de nuevos formatos noticiosos experimentados a partir de la década del 90, vinculados a procesos de ficcionalización narrativa y su impacto

en la agenda informativa de la televisión abierta y comercial. Estos nuevos modos de producción de noticias modificaron las escalas tradicionales del interés informativo hacia acontecimientos que involucren la interpelación emocional de los espectadores con recursos narrativos propios de la ficción (Pajoni, 2012). Este proceso característico de la televisión abierta y comercial no es acompañado por las ediciones

informativas del canal estatal que mantiene un esquema más tradicional respecto de la valorización informativa y su tratamiento. Esta caracterización se presenta necesaria a la luz del análisis comparativo, pues el tiempo y los recursos destinados al tema de investigación deben necesariamente contemplar las diferencias en las rutinas productivas y la concepción de la noticia que prima en estos formatos.

**Gráfico 1: Presencia del 7D**



Dadas las características de la estructura noticiosa del canal estatal, una mayor presencia del 7D en el primer bloque noticioso no significó un mayor tiempo del tema en el aire. No fue Visión 7 Central el que le dedicó mayor espacio (1 hora 46 minutos 38 segundos), sino Telenoche que en menos emisiones lo trató con mayor intensidad (2 horas 10 minutos 8 segundos). Las diferencias con Telefé Noticias 2da.

Edición son llamativas: ocupó solo un tiempo de 32 minutos.

En consonancia con lo observado anteriormente, el análisis de la cantidad de veces que el tema 7D apareció en los títulos muestra que el promedio es mayor en Visión 7 Central (2.2 apariciones promedio) que en Telenoche (1.6), pero el tiempo en pantalla de esas apariciones fue sensiblemente mayor en éste noticiero que en el canal estatal -20

minutos promedio en *Visión 7 Central* y 31 minutos en *Telenoche*.

En este análisis, los títulos adquieren importancia porque señalan los temas sobre los que va a discurrir cada emisión y cumplen la función de explicitar la propuesta de agenda de cada noticiero. Al respecto, un dato interesante a destacar es que en *Telefé Noticias* el tema no apareció en los títulos. Tenemos aquí dos características salientes y que manifiestan una tendencia clara sobre la decisión editorial de *Telefé Noticias*: en ninguna edición apareció el tema en los títulos, en consonancia con la representación insignificante de tiempo dedicada al 7D comparado con los otros dos noticieros.

El formato con el que se presentó el tema fue distinto en cada uno de los noticieros analizados, tanto respecto de los recursos como de la intensidad de uso de cada uno de ellos. Para aclarar los términos de cada denominación, llamamos informe grabado a la nota con voz en off, testimonios de los protagonistas que plantean sus posturas frente al acontecimiento y recursos visuales, sonoros y digitales que organizaron narrativamente la información. “Se utiliza como resumen o explicación de un hecho de actualidad cuya importancia justifica que se amplíe la noticia, o secuencia de noticias, con mayor número de datos y antecedentes. Se trata de un video informativo en el que el texto sirve como resumen y no como valoración

de los hechos. El informe incluye habitualmente material de archivo, así como gráficos y posproducciones que ayuden a aclarar el tema.” (Bandrés, Elena y otros, 2000, 117)

Siguiendo con la definición necesaria de los términos de cada formato, llamamos *piso* o *plató* del noticiero al lugar de constitución del discurso del informativo y donde se plasma la construcción de un espacio legitimado de producción permanente de credibilidad y efectos de verdad destinados a cristalizar el pacto de lectura a través del “dispositivo de contacto” entre conductores y audiencia. Para Eliseo Verón (2001, 77) “puesta en escena es sinónimo de puesta en sentido: no hay entonces producción de sentido sin puesta en escena. Asimismo el estudio central construye un espacio y tiempo abstractos que pone en presente de la enunciación acontecimientos pasados en un espacio abstracto que simula ser el lugar de convergencia de todos los acontecimientos posibles. Lorenzo Vilches (1995) lo llama el “espacio nodal”, donde “el estudio de televisión es la parte visible de la producción de información (...) se simula el carácter externo del trabajo periodístico (...) el presentador atenta con su protagonismo la relación entre el espectador y el relato del acontecimiento”. Como advirtió Eco, cuando recién asomaba la configuración de este proceso “la fuerza de esta verdad, que el presentador anuncia e impone quizás

implícitamente, es tal que alguien puede creer, como hemos visto, que le habla sólo a él” (Eco, 1983). Un “piso” puede servir para ampliar una información con un periodista especializado, para profundizar el tratamiento en aspectos técnicos; para desarrollar un discurso pedagógico que promueva una mejor comprensión; y para editorializar explicitando el discurso institucional.

El informe grabado fue utilizado con una intensidad algo mayor en Visión 7 Central que en Telenoche (4 minutos 50 segundos vs 4 minutos 28 segundos), pero éste último le dedicó un tiempo sensiblemente mayor de tratamiento en “piso” (con un promedio de 9 minutos) que Visión 7 Central (con 4 minutos). En Telefé Noticias el tiempo promedio de tratamiento en piso fue de 2 minutos. Este noticiero y Telenoche no utilizaron móviles en vivo, en tanto que el noticiero del canal estatal recurrió a ese formato en dos ocasiones.

En congruencia con esta definición, esta investigación permite advertir la utilización de la exposición de periodistas especializados en el “piso” que fue particularmente explotado por Telenoche. Se trata de la organización del discurso institucional del noticiero destinado al tratamiento de la agenda política –y particularmente para la cobertura del 7D– con una alta operación de editorialización y por tanto de intervención del discurso del noticiero en el debate político o directamente convirtiéndose en actor

político en el debate. Allí el tratamiento permite una operación discursiva de deslegitimación del argumento confrontado, en este caso el gubernamental, con un régimen claramente establecido: una fundamentación racional que desautoriza fragmentos de discurso en pantalla de fuentes gubernamentales. A su vez, en el contexto del proceso argumentativo, los noticieros no asumen explícitamente su pertenencia al grupo de interés, lo que revela la astucia del discurso informativo por imponer desde una postura equidistante un modelo de realidad interesado.

## 5.2. La presentación del tema

En el análisis de la presentación de tema 7D, se observó en qué medida los presentadores de los noticieros analizados mencionaban la Ley de Medios, al gobierno nacional, al grupo Clarín y a los medios en general. Los datos permiten decir que Telenoche se destacó por ser el noticiero que en mayor medida mencionó al gobierno (10 menciones en promedio por emisión) y porque el gobierno fue el actor más mencionado cuando trató el tema del 7D. En segundo lugar, los presentadores de ese noticiero mencionaron al grupo Clarín (4.3 veces promedio) y luego, se refirieron a la Ley de Medios (3.4 veces promedio).

En el caso de Visión 7 Central, el grupo Clarín fue mencionado en una medida algo mayor (4.1 menciones promedio) que el gobierno (3 menciones) y la Ley de Medios (3.3 menciones promedio).



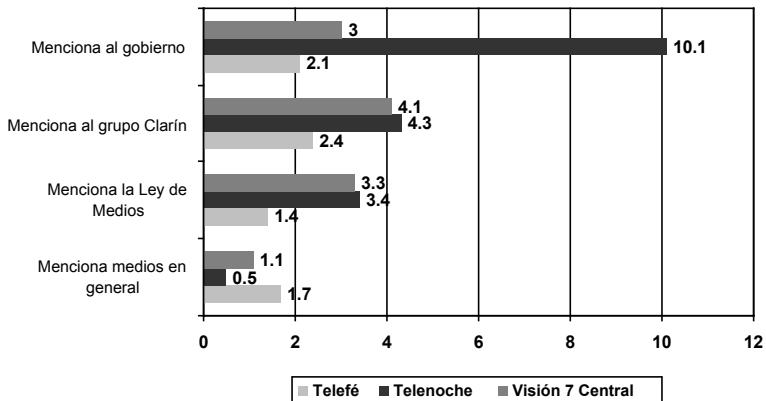
Los presentadores de Telenoche se refirieron en una medida similar tanto al grupo Clarín como al gobierno (2 menciones promedio) y en una menor a la Ley de Medios (1.4) y a los medios en general (1.7).

Por otra parte, en el escaso tiempo en el que *Telefé Noticias* trató el tema 7D, mencionó casi por igual al grupo Clarín (2.4 menciones en promedio por emisión) y al gobierno (2.1 menciones). Es el noticiero que, en mayor medida, hace referencia a los medios en general (1.7 menciones promedio por noticiero) (ver Gráfico 2).

Las menciones manifiestan con claridad para cada noticiero la posición editorial respecto del tema, como si se hubiera trazado una clara tendencia en la denominación de culpabilidad de los actores/adversarios pues los noticieros se presentan en la disputa asumiendo en cada caso una posición parcializada/interesada.

La cuantificación de las menciones no es un dato relevante en sí mismo, tienen peso específico en la medida en que los discursos elaborados estructuran un esquema de culpabilidad y atribución de responsabilidad a los actores políticos que se presentan como adversarios, construyendo un esquema de argumentación repetido, que como redes semánticas o isotropías instituyen un enfoque o *frame* que se cristaliza como premisa argumental. De este modo, las menciones de los adversarios son predominantes en la construcción del discurso, a la vez que se dosifica la mención del sector interesado en defender. Más profundamente, el discurso autodefensivo del noticiero no incluye el reconocimiento de la pertenencia al sector de interés, por el contrario, la impronta del género informativo construye un sistema noticioso basado en la simulación del punto de vista y del interés de ese discurso por la imposición de argumentos a favor de una de las partes.

**Gráfico 2:** Promedio de menciones referidas a actores del 7D



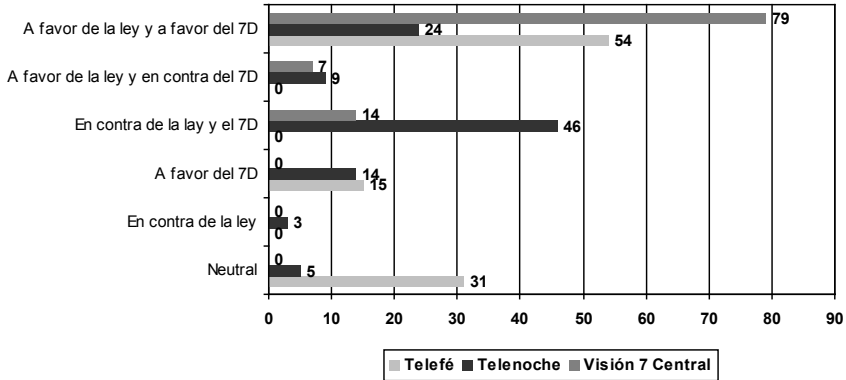
### 5.3. El tratamiento del tema

Las fuentes utilizadas para el tratamiento del tema son uno de los factores principales en el momento de analizar el equilibrio informativo, así como también cuando se pretende observar la parcialidad de la información. Cuando se trata de noticias en las que prevalece el conflicto, es decir aquellas en las que se destaca la pugna entre un protagonista y un antagonista, la equidad prevalecerá cuando se incluyan las voces del actor o actores del conflicto, y será mejor cuando incorpore además otras voces autorizadas en el tema. Para los tipos de fuentes en esta investigación, definimos gubernamentales (poder ejecutivo), oficiales públicas (poderes legislativo y judicial), oficiales privadas (organizaciones civiles: por ejemplo. sindicatos, asociaciones profesionales), expertos especialistas en el tema pertenecientes a algunas de las partes, expertos neutrales, testimoniales y anónimas.

El tipo de fuentes utilizadas por los noticieros analizados, tanto respecto del equilibrio como de la equidad, muestran diferencias significativas. Mientras Telenoche recurrió principalmente a fuentes oficiales públicas (2.4 fuentes promedio por noticiero) y, luego, a fuentes gubernamentales (1.4) y a expertos inclinados hacia una de las partes (1.3 promedio), Visión 7 Central le dio voz casi en forma exclusiva a las

fuentes gubernamentales (1 por noticiero en promedio). Telenoche recurrió casi exclusivamente, a fuentes gubernamentales (0.85 en promedio) y, en segundo lugar tanto a fuentes oficiales privadas como a expertos no parciales (0.50 en ambos casos).

Sin embargo, la equidad de las fuentes no se sustenta exclusivamente en la cantidad de fuentes y en la presencia de ambos actores del conflicto, importa también la posición que asuman las fuentes consultadas respecto del tema 7D. En este sentido, Telenoche presentó un sesgo relativamente menor en las fuentes presentadas que Visión 7 Central. En el noticiero estatal, en el que prevalecieron las fuentes gubernamentales, ocho de cada diez opiniones apoyaron la posición del gobierno y sólo un 14% de ellas adhirió a la del grupo Clarín. En Telenoche el 46% de las fuentes apoyaba la posición del grupo Clarín, un 24% se expresaba a favor de la del gobierno y un 14% de las opiniones se manifestó a favor del 7D sin hacer mención de la ley. La posición de las fuentes consultadas por el noticiero del canal que no formaba parte del conflicto, tendieron mayoritariamente a manifestarse a favor de la ley de medios y del 7D (54%) y, en una medida menor, a ser neutrales (31%) (ver Gráfico 3).

**Gráfico 3: Equidad de las fuentes**

Tres noticieros analizados. Como vimos más arriba, Telenoche fue el noticiero que más recurrió a fuentes oficiales públicas, en la mayoría de los casos, políticos de la oposición – senadores, diputados, jefes de gobierno–, que se expresaron en general en contra de la ley de medios y del 7D.

En el contexto general del análisis, la ponderación de las fuentes de información revela los esquemas de tratamiento a los que recurrieron cada noticiero. En el caso de Visión 7 la recurrencia a las fuentes gubernamentales es una norma de legitimación del discurso oficial, que no solo se manifiesta en este caso en particular. En una investigación realizada en 2012, el noticiero del canal estatal hace uso en un 90% de fuentes gubernamentales en el transcurso de una semana en la cobertura de todas las noticias (Pajoni, 2012). En el caso de Telenoche, el uso de fuentes gubernamentales obedece a

la dinámica señalada sobre el tratamiento de descalificación que se hace en piso de los argumentos oficiales.

#### 5.4. La adjetivación en la noticia

“Retóricamente hablando, el adjetivo da color a la descripción. Es el instrumento para modificar el nombre, para enjuiciarlo. Por ello el periodista lo debe tratar con ‘guantes’. Una prosa sobria es la que contiene los adjetivos necesarios y exactos” (Del Río Reynaga, 1992, 201) Recordemos en este punto que tanto la práctica profesional como los tradicionales manuales de estilo desaconsejan el empleo de adjetivos calificativos en la información. Sin embargo, Telenoche utilizó este recurso muy frecuentemente en el tratamiento del tema 7D (6.7 adjetivos promedio por emisión) y de manera sensiblemente mayor que el noticiero del canal estatal (1.6 adjetivos promedio). El noticiero del grupo Clarín, utilizó la

adjetivación, principalmente, cuando la noticia se trataba en piso (8.7 adjetivos promedio) y en menor medida en los títulos y en los textos (7 adjetivos promedio).

### 5.5. Uso de recursos

Los recursos audiovisuales como la música, los mapas, las infografías, las placas y el material de archivo, contribuyen a contextualizar el relato noticioso. Tienen un alto grado de interés porque además de generar un atractivo visual y/o sonoro, aportan información adicional. El análisis de los recursos audiovisuales utilizados cuando los noticieros trataron el tema 7D permitió observar que Telenoche fue el noticiero que utilizó la mayor variedad de recursos: en el 90% de las emisiones hubo material de archivo, en el 56% placas, en el 55% infografías, en el 22% música y en el 11% mapas. Tanto Visión 7 Central como Telefé Noticias 2da. Edición, sólo contextualizaron la información con material de archivo, y de ambos el que recurrió a él con mayor frecuencia fue el noticiero estatal (88% vs 57%).

### 6. A modo de conclusión

Los comentarios que se desarrollan a continuación deben comprenderse en el marco de una situación peculiar dentro del género informativo. Las exigencias de calidad noticiosa como el tipo y cantidad de fuentes, el grado de adjetivación, la contextualización de la noticia, la presencia de protagonistas y

antagonistas del conflicto, tuvieron el sesgo de la posición política y económica de los emisores. Los noticieros analizados fueron representantes de los protagonistas del conflicto y cada uno de ellos, por acción o inacción, pusieron el énfasis en la especulación más que en lo fáctico. El análisis del corpus permitió observar que:

- Telenoche fue el noticiero que dedicó mayor tiempo en pantalla al 7D, tanto en el tratamiento del tema como en la presencia de titulares, modificando su agenda en el tratamiento de la información al dar prioridad a las noticias políticas.
- Telefé Noticias mantuvo invariable su agenda pese a la presencia del tema en la agenda política y gubernamental. La decisión editorial de dar escasa representación del tema del 7D en Telefé Noticias, se relacionaba con la incómoda situación de la empresa Telefónica como licenciataria del canal privado, que hasta entonces no había recibido de parte del gobierno ninguna intimación para adecuarse a la nueva ley de medios pese a presentar varios incumplimientos.
- La exposición de periodistas especializados en el “piso” fue particularmente explotado por Telenoche que, con una aparente postura equidistante, desarrollaron

un discurso tendiente a deslegitimar el argumento del gobierno y a sustentar el propio.

- Los protagonistas de la noticia –gobierno, grupo Clarín, ley de medios– fueron mencionados en función de las posiciones editoriales de cada uno de los noticieros, haciendo énfasis en el conflicto.
- El desequilibrio informativo se hizo evidente en el análisis de las fuentes. Apparentemente Telenoche trató el tema de manera más equitativa desde la perspectiva de la pluralidad de voces. Sin embargo, las opiniones vertidas por esas voces apoyaban mayoritariamente la posición del grupo Clarín. El noticiero estatal seleccionó las fuentes con un claro sesgo favorable al gobierno, y consecuentemente las opiniones por ellas vertidas abonaban la posición oficial de apoyo a la Ley de Medios y al cumplimiento del 7D (Art. 161).
- El canal del Grupo Clarín utilizó muy frecuentemente el recurso de la adjetivación, principalmente cuando el tema era tratado por los periodistas en el piso. El canal estatal, que por su estructura utiliza más el informe grabado que el comentario en piso, recurrió en una medida mucho menor a la adjetivación en el tratamiento del tema.

Sobre el caso de estudio, y sobre los modos de constitución de los *frames*, queda expuesto que la impronta del interés empresarial o político por sobre el periodístico fue el eje central de la cobertura y tratamiento del 7D. Esto implica en el caso de Telenoche, una sobredeterminación de la defensa de intereses corporativos por sobre la agenda noticiosa, y en el caso de Visión 7, la disposición del noticiero para la estructuración del discurso oficial en defensa de la ley en este caso. Cada uno de los noticieros desplegó de acuerdo con su propio modo de tratamiento noticioso una sobrerrepresentación del tema en la estructuración de cada emisión que no se corresponde con la agenda cotidiana del tratamiento de la agenda política que tiene como constante una representación desplazada de los temas de interés centrales para el caso de los noticieros de la televisión abierta y comercial. No obstante, la condición de constitución del discurso inscripto en el género informativo protege a la enunciación de la manifiesta intención del noticiero de intervenir en el 7D como protagonista y parte involucrada. Así, la construcción argumental en defensa de cada una de las partes oculta su identidad manifiesta y sostiene un partidismo camuflado en el proceso natural de editorialización especializada en defensa de los intereses generales, llámese democracia, igualdad, libertad de expresión, de prensa, etc.

El uso de las fuentes, como vimos, puede ser una variable distorsiva si no se contempla la diversidad de lecturas de la realidad que proponen y el uso que de sus argumentos se hace para abonar o desacreditar argumentos. Las fuentes gubernamentales bien representadas en el tratamiento de Telenoche, se transformaron en un insumo indispensable para construir un esquema recurrente de descalificación de la fuente, a su vez que las fuentes especializadas representaban solo la mirada interesada del noticiero. En el caso de Visión 7, el unifuentismo que caracteriza sus coberturas políticas abona argumentos a favor del fortalecimiento del discurso gubernamental, con un esquema más habitual en sus emisiones para el tratamiento de los temas de la política nacional.

La disputa por la imposición de la palabra que porta valoración a los acontecimientos e ilumina en particular un modo de existencia de los hechos, que experimentaron el Grupo Clarín (en la voz de Telenoche) y el Gobierno Nacional (en la voz de Visión 7), permite advertir que la puesta en escena de esa discusión se desarrolla en el contexto de los formatos y tipos de tratamiento noticioso que caracteriza

a ambas emisiones, es decir, que la confrontación produjo fuertes distorsiones en los modos productivos de la noticia en cada caso, aunque claramente en el tiempo de tratamiento, y por tanto en la diversidad de las noticias emitidas. La pelea por el control de la agenda mediática se desvirtuó de un modo tal que se perdió de vista el pacto con los espectadores respecto de los temas de tratamiento habituales, habida cuenta de la sobrerrepresentación del 7D en cada emisión. Esto se manifestó en un retroceso en las mediciones del *rating*, que favoreció a Telefé Noticias que se presentó como neutral evitando *involucrarse* como actor en el debate.

El enfoque de los noticieros no ofreció resultados inesperados, por el contrario, confirman la actuación del discurso informativo como instrumento de disputa y proveedor de argumentos en una encrucijada política que excede este enfrentamiento en particular. No obstante, que no sea inesperado no implica que debamos aceptar la naturalización de un proceso en el que el discurso informativo se vea absorbido por los intereses de los grupos económicos o como un sistema de defensa de posiciones gubernamentales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMADEO, B. (2007). “Framing: modelo para armar”, en *Baquerín de Riccitelli Los medios aliados o enemigos del público*. Buenos Aires: EDUCA.
- BANDRÉS, E.; GARCÍA AVILÉS, J.; PÉREZ, G. y PÉREZ J. (2000). *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Paidós.
- BECERRA, M. y MASTRINI, G. (2009). *Los Dueños de la Palabra: Acceso, Estructura y Concentración de los Medios en la América Latina del Siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.
- DEL RÍO REYNAGA, J. (1992). *Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos*. México: Diana.
- ECO, U. (1983). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- ENTMAN, R. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, en *Journal of Communication*, 43, 4, 51-58.
- FARRÉ, M. (2007). “Desafíos de los programas informativos en la neotelevisión”, en *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Abril 2007.
- FEUER, J. (1987). “Genre Study and Television” en Robert C. Allen (ed). *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill and London: University of North Carolina Press.
- GAMSON W. (1992). *Talking Politics*, New York: Cambridge University Press.
- GITLIN, T. (1980). *The Whole World is Watching*, Berkeley: University California Press.
- HALL, S. (1993). “Codificar/decodificar”, en: *Delfino S. (compil), La Mirada Oblicua*. Buenos Aires: La Marca.
- HARTLEY, J. (1994). “Genre” en *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, London & New York.
- LOZANO, J.C. (2000). “Espectacularización en la cobertura informativa de las elecciones mexicanas a la presidencia”, en *Comunicación y Sociedad*, Universidad

de Navarra, España, 14.

MARTINI, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.

PAJONI, H. (2012). “Noticieros en Argentina: cerca del espectáculo lejos de la política”, *Cuadernos de Información*, 31, 129-138. DOI: 10.7764/cdi.31.459

RACHLIN, A. (1988). *News as Hegemonic Reality. American Political Culture and the Framing of News Accounts*, New York: Praeger.

VAN DIJK, T. (2004). “Discurso y dominación”, Facultad de ciencias humanas, Universidad Nacional de Colombia, *Grandes Conferencias*, N<sup>o</sup>4.

VERÓN, E. (1981). *Construir el acontecimiento*, Gedisa: Barcelona.

VERÓN, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Colombia: Grupo Editorial Norma.

VILCHES, L. (1995). *La manipulación de la información televisiva*. Barcelona: Paidós.