

# La controversia como factor de relevancia noticiosa: un análisis del conflicto “campo-gobierno” de 2008 en la Argentina

**Esteban Andrés Zunino**

*Universidad Nacional de Quilmes, Bernal*

Recibido: 20 de julio de 2014.

Aceptado: 5 de agosto de 2014.

## **Resumen**

Tradicionalmente, la perspectiva teórica de la *agenda setting* ha considerado dos dimensiones centrales para medir la importancia de las noticias en la prensa gráfica: la frecuencia de cobertura —cantidad de noticias publicadas sobre un tópico— y la jerarquía informativa, medida a partir de diversos indicadores como el tamaño de las noticias, el acompañamiento de imágenes o el lugar del diario en que estas se emplazan.

Algunos autores plantean que una tercera dimensión, la valencia —o tono valorativo—, habitualmente considerada como un atributo de las noticias en el segundo nivel de análisis de la *agenda setting*, podría incorporarse como un nuevo componente de la relevancia de los *issues* en la agenda mediática.

El objetivo general del presente trabajo es establecer cuáles son las variables que condicionan la importancia de un caso en las coberturas de prensa gráfica. Para ello se aplicó la metodología del análisis de contenido sobre el tratamiento noticioso de los diarios *Clarín* y *Página/12* sobre un conflicto de alto impacto económico, político y social como lo fue el enfrentamiento entre el gobierno de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner y las principales corporaciones agrarias argentinas en 2008.

En términos específicos se pretende: 1) describir la relación de la valencia con la frecuencia informativa; 2) establecer si existe un vínculo entre el carácter evaluativo de las notas y su jerarquía; y 3) corroborar o refutar para este caso si la valencia puede considerarse como un nuevo indicador de la relevancia noticiosa en la prensa gráfica.

**Palabras clave:** *agenda setting*, valencia, relevancia, conflicto del campo, Argentina.

## Controversy as an element of newsworthiness: an analysis of the “agricultural sector–government” conflict in 2008

### Abstract

Traditionally, the theoretical perspective of agenda setting has considered two main dimensions to measure the importance of news in the printed press: coverage frequency —the number of articles published on a topic— and informative hierarchy, measured on the basis of several indicators, such as the size of an article, its visual accompaniments, or the place it occupies on a newspaper page. Some authors suggest a third dimension: value —or evaluative tone—, normally considered part of the second dimension of analysis, which could be incorporated as a new component in the relevance of issues in the media agenda.

The general objective of the present paper is to establish which variables condition the importance of a subject in print coverage. To this end, we carried out a methodological content analysis of the treatment by two newspapers, *Clarín* and *Página/12*, of a conflict of great economic, political, and social impact, like the 2008 confrontation between president Cristina Fernández de Kirchner’s government and the main Argentine agricultural corporations.

Specifically, we will attempt: 1) to describe the relationship between value and frequency of information, 2) to establish if there is a link between the evaluative character of an article and its hierarchical position, and 3) to corroborate or refute, in this case, if value can be considered a new indicator of newsworthiness in the printed press.

**Keywords:** agenda setting, value, relevance, conflict with the agricultural sector, Argentina.

## A controvérsia como fator de relevância noticiosa: uma análise do conflito “campo-governo” de 2008 na Argentina

### Resumo

Tradicionalmente, a perspectiva teórica da *agenda setting* tem considerado duas dimensões centrais para medir a importância das notícias na imprensa gráfica: a frequência de cobertura —quantidade de notícias publicadas sobre um tema— e a hierarquia informativa, medida a partir de diversos indicadores como o tamanho das notícias, o acompanhamento de imagens ou o lugar do jornal no que elas estão localizadas.

Alguns autores explicam que uma terceira dimensão, a valência —ou tom valorativo—, geralmente considerada como um atributo das notícias no segundo nível de análise da *agenda setting*, poderia incorporar-se como um novo componente da relevância dos *issues* na agenda midiática.

O objetivo geral do presente trabalho é estabelecer quais são as variáveis que condicionam a importância de um caso nas coberturas de imprensa gráfica. Para isso foi aplicada a metodologia da análise de conteúdo sobre o tratamento noticioso dos jornais *Clarín* e *Página/12* sobre um conflito de alto impacto econômico, político e social como foi o enfrentamento entre o governo da presidenta Cristina Fernández de Kirchner e as principais corporações agrárias argentinas no ano 2008.

Em términos específicos se pretende: 1) descrever a relação da valência com a frequência informativa; 2) estabelecer se existe um vínculo entre o carácter avaliativo das notas e sua hierarquia; y 3) corroborar ou refutar para esse caso se a valência pode ser considerada como um novo indicador da relevância noticiosa na imprensa gráfica.

**Palavras chave:** *agenda setting*, valência, relevância, conflito do campo, Argentina.

## Introducción

La perspectiva teórica de la *agenda setting* ha dedicado buena parte de sus investigaciones a medir la relevancia<sup>1</sup> que adquieren los diferentes temas (*issues*) que componen la agenda mediática. Dicha preocupación es subyacente a una de sus principales constataciones empíricas: la existencia de un efecto causal de mediano y largo plazo de carácter cognitivo de los medios de comunicación hacia la opinión pública (McCombs & Shaw, 1972). En el marco de esta teoría se sostiene que los temas que mayor frecuencia de cobertura reciben o son destacados dentro de la agenda mediática suelen percibirse como los *issues* más importantes para la opinión pública (McCombs & Shaw, 1993)

Habitualmente los trabajos enmarcados en el primer nivel de *agenda setting* han sostenido que la relevancia noticiosa está compuesta por dos componentes básicos: la frecuencia de publicación y la jerarquía informativa<sup>2</sup> que adquieren las piezas periodísticas en la superficie de la agenda mediática (Aruguete, 2009).

Sin embargo, Spiro Kiouisis (2004) incorporó una tercera dimensión de la relevancia habitualmente trabajada por la teoría de establecimiento de la agenda en la dimensión afectiva de su segundo nivel de análisis: la valencia (o carácter evaluativo). El autor demostró que las noticias con una carga afectiva definida —sea esta positiva o negativa— habitualmente ocupan lugares más importantes que aquellas en la que los rasgos afectivos no aparecen claramente, son indefinidos o resulta dificultoso advertirlos.

El objetivo general del presente trabajo es analizar si la valencia puede ser considerada, tal como plantea Kiouisis (2004), como una tercera dimensión de la relevancia noticiosa. El estudio se desarrolla partir del análisis de la cobertura mediática que

---

<sup>1</sup> La relevancia remite a “la visibilidad de la información a partir de su ubicación, su tamaño, su disposición [...] o su mayor frecuencia de cobertura” (Amadeo, 2008, p. 191).

<sup>2</sup> La jerarquía noticiosa se define como la visibilidad que adquiere un tema en la superficie mediática (Amadeo, 2008).

los periódicos argentinos *Clarín* y *Página/12* realizaron sobre el conflicto<sup>3</sup> desatado entre el gobierno de la presidenta Cristina Fernández y las entidades gremiales más representativas del agro argentino, luego de la decisión del Poder Ejecutivo de implementar un nuevo cuadro de gravámenes a las exportaciones agrícolas en 2008.

En términos específicos se pretende 1) describir la relación de la valencia con la frecuencia informativa; 2) establecer si existe un vínculo entre el carácter evaluativo de las notas y su jerarquía; y 3) corroborar o refutar para este caso si la valencia puede considerarse como un nuevo indicador de la relevancia noticiosa en la prensa gráfica.

### **Marco teórico: la teoría de la *agenda setting***

La teoría de la *agenda setting* se desarrolló a partir de fines de los años 60 dentro del campo de la *mass communication research*, principalmente en Estados Unidos y en algunos países de Europa. Esta corriente parte de dos postulados centrales que marcaron un cambio de paradigma con respecto de los estudios de la época. Por un lado, la existencia de un efecto causal de carácter cognitivo de mediano y largo plazo por parte de los *mass media* sobre las audiencias. Por el otro, una opinión pública permeable a los efectos de los mensajes de los medios (D'Adamo, García & Freidenberg, 2000). Asimismo, se destaca que el efecto mediático no es uniforme y todopoderoso ya que no tiene lugar en un vacío social (McCombs, 2006), lo que enriquece el análisis en pos de identificar las variables que intervienen en este complejo proceso.

Este desarrollo teórico surgió en un contexto específico dentro de la *mass communication research*, en el que recobró importancia la premisa de la existencia de efectos de los medios de comunicación. Sin embargo, estos se analizaron desde una nueva perspectiva en la que adquirió relevancia la premisa de que “las comunicaciones no median directamente el comportamiento explícito; más bien tienden a influenciar la forma con la que el destinatario forma su propia imagen del ambiente” (Roberts, 1972, p. 361).

En 1966, casi cincuenta años después de la publicación de *Public opinion*, de Lippmann, Max McCombs entró en una librería de la UCLA y compró el libro *The*

---

<sup>3</sup> La noción de “conflicto” remite, según el diccionario de la Real Academia Española (2001), a la idea de “lucha, antagonismo, conflicto de intereses”. Por su parte, como afirman Basualdo y Arceo (2009), “durante 2008 se desplegó un prolongado conflicto entre el agro pampeano y el actual gobierno elegido en 2007 a raíz del régimen de retenciones móviles” (p. 51).

*press and the foreign policy*, de Bernard Cohen. McCombs había estado sentado con colegas de la facultad en un bar de Los Ángeles, donde habían intercambiado ideas acerca de la primera plana del diario *Los Angeles Times* de ese día. Los titulares trataban acerca de tres noticias importantes, una era la renuncia del director de un programa de pobreza en esa ciudad. McCombs y sus colegas conversaron acerca de las razones por las cuales los titulares fueron jerarquizados sobre los otros en esa primera plana y especularon acerca de las consecuencias de ello para los lectores. El paso siguiente de McCombs fue ir a la librería de la UCLA y encontrar el libro de Cohen. Poco después partió hacia Chapel Hill, en la ruta hacia su clásico estudio de la *Agenda Setting* con Donald Shaw (Rogers, 1994, citado en Casermeiro de Pereson, 2004, p. 53).

A partir de lo planteado por diversos autores (Cohen, 1963; Lang & Lang, 1966; Lippmann, 1922), McCombs y Shaw realizaron una investigación en el marco de las elecciones presidenciales de 1968 en Estados Unidos para corroborar si existía correlación entre los temas enfatizados por los medios y las cuestiones mencionadas como las principales preocupaciones por la población de Chappel Hill, Carolina del Norte. La hipótesis inicial de la teoría de *agenda setting* fue que los medios de comunicación tienen la capacidad de establecer qué asuntos se percibirán como importantes para la opinión pública mediante la selección y el énfasis de ciertos temas y la omisión de otros (McCombs & Shaw, 1972).

### ***Hueco informativo y suma cero***

A partir de la selección de ciertos asuntos, los medios de comunicación completan su hueco informativo (*news hole*) definido como la cantidad del espacio disponible para el material no publicitario (McCombs, 2006). Dada su espacialidad acotada, los diferentes *issues* compiten por obtener un lugar en él (Budd, 1964).

En ese mismo sentido se restringe la agenda pública puesto que el umbral de atención de las personas (Zhu, 1992) les impide recordar más de cuatro o cinco temas (Brosius & Kepplinger, 1992; Neuman, 1990).

En función de lo descripto, se sostiene que la competencia temática y por lo tanto, el proceso de *agenda setting* constituye un juego de suma cero. Es decir, los temas compiten por ocupar un lugar en la agenda en un juego en el que necesariamente el ingreso de un nuevo *issue* o el aumento en su frecuencia y jerarquía de cobertura es siempre a expensas de la disminución o —incluso— la desaparición de otros temas de la superficie mediática (Zhu, 1992).

El avance de la investigación llevó a la exploración de nuevos terrenos, conformándose el segundo nivel de *agenda setting*. En esta fase de pesquisa, la hipótesis era que los medios seleccionan ciertos atributos de los actores, los temas y los objetos con los que construyen una representación de la realidad que influye en la percepción del público. De esta forma, la opinión pública pondera una perspectiva por encima de otras, encuentra ciertos factores como causantes de un asunto, desestima otros y se inclina hacia una solución de preferencia respecto de una cuestión o problema (López Escobar, McCombs & Rey Lennon, 1996).

El segundo nivel de *agenda setting* comprende el análisis de la agenda de atributos en dos dimensiones: 1) la dimensión afectiva se refiere al tono valorativo con el que se realiza la cobertura informativa sobre una persona, tema u objeto y además analiza las respuestas emocionales de la opinión pública. 2) La dimensión sustantiva se refiere a los aspectos sobresalientes de personas, temas u objetos mencionados entre el público y/o destacados en el tratamiento mediático (Casermeiro de Pereson, 2004).

### ***La valencia como indicador de relevancia informativa***

Un hallazgo importante dentro de la perspectiva de la *agenda setting* fue provisto por Spiro Kiouis en un trabajo realizado en 2004. Allí, el autor estableció tres dimensiones de la relevancia de la agenda mediática: la *atención*, la *prominencia* y la *valencia*.

La *atención* se corresponde con la frecuencia de cobertura de un *issue* en la agenda. En términos generales —y como ya se ha planteado— se sostiene que el número de noticias publicadas sobre un tema constituye un indicador válido para medir la relevancia de un objeto.

La *prominencia* concierne a lo que en este trabajo se ha definido como jerarquía y refiere a las características del posicionamiento de una historia dentro de un texto mediático. Esta involucra elementos estructurales de las noticias como su tamaño, su posicionamiento, su acompañamiento gráfico, etc. Estos indicadores, según Watt, Mazza & Snyder (1993), por ser estructurales son superiores que la frecuencia para analizar la relevancia de la cobertura informativa de un tema.

Finalmente, la *valencia* refiere a la dimensión afectiva del segundo nivel de *agenda setting*. Es lo que se denomina carácter evaluativo de una pieza periodística. Es decir, “las emociones que en muchas ocasiones acompañan al texto informativo” (Muñiz, Ramírez & Castillo, 2008, p. 5).

Ahora bien, Kiousis (2004) sostiene que las dos primeras dimensiones de la relevancia —la atención y la prominencia— se determinan externamente. Ello supone que ni la frecuencia de cobertura ni la disposición espacial son propiedades intrínsecas de los artículos, sino que se establecen en función de la relación con otras piezas periodísticas. En cambio, la valencia está determinada internamente, puesto que la valoración de la noticia es una cualidad de cada una de ellas.

La hipótesis que se corroboró en ese trabajo es que las noticias con atributos afectivos explícitos suelen ser más importantes que las demás. Allí se midieron los ocho diarios más importantes de Estados Unidos durante la campaña presidencial de 2000. La tipificación de la valencia —operacionalizada en positiva, negativa o neutral— de cada nota se hizo de manera computarizada a partir de la identificación de palabras clave. El análisis de las cargas factoriales de la atención, la prominencia y la valencia permitió constatar que la valencia y la prominencia fueron las dos variables más importantes para explicar la relevancia de una nota.

Como corolario de ese estudio, se postula que si bien la valencia ha sido tradicionalmente un componente del segundo nivel de *agenda setting*, actúa como un factor que influye en la importancia que los temas adquieren en la agenda pública. Entonces, se considera a la relevancia como un concepto multidimensional que puede medirse por intermedio de tres componentes: la atención —o frecuencia—, la prominencia —o jerarquía— y la valencia —o carácter evaluativo— (Kiousis, 2004). A partir de este hallazgo otros autores (Bizer & Petty, 2005; Nelson *et al.*, 2012) afirmaron que las noticias con valencia explícita tienen mayor capacidad de afectar a la opinión pública debido a que existe una relación directa entre esta variable y el nivel de importancia de las notas.

A partir de la revisión bibliográfica realizada se plantean las siguientes hipótesis de investigación:

**H1:** El “conflicto del campo” obtuvo altos niveles de frecuencia y jerarquía noticiosa en la cobertura de los diarios *Clarín* y *Página/12*.

**H2:** La relevancia del caso puede determinarse a partir de tres componentes: la frecuencia, la jerarquía y la valencia.

**H3:** La valencia de las noticias constituye un indicador válido de la importancia que los diarios les otorgan.

En este estudio se procedió a medir la valencia que obtuvieron las notas referidas a la Resolución N° 125/08. Dicha decisión permitirá no solo conocer el carácter evaluativo de la cobertura informativa de los diarios *Clarín* y *Página/12* sino

que, además, posibilitará evaluar si la valencia constituye o no un indicador válido para determinar la relevancia informativa de un *issue*.

### Contexto histórico, económico y político de la investigación

El 11 de marzo del 2008, el entonces ministro de Economía de la República Argentina, Martín Lousteau, anunció una serie de medidas económicas entre las que se incluía el aumento y aplicación de retenciones<sup>4</sup> móviles a los principales *commodities* que produce el agro nacional. El nuevo cuadro de gravámenes elevaba los impuestos a la exportación de soja del 35% al 44,1% y de girasol del 32,1% al 39,1%, mientras que reducían las alícuotas para el maíz y el trigo en un 1%. La nueva modalidad establecía una variación en la carga impositiva, asociada con la cotización de los granos en el mercado internacional.

El titular de la cartera de Hacienda realizó estos anuncios días antes del comienzo de la época de cosecha, por lo que productores rurales grandes, medianos y pequeños, 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 agruparon en un organismo centralizado denominado Mesa de Enlace, desde el cual llevaron a cabo medidas de protesta. Entre ellas, restringieron la comercialización de granos y desarrollaron cortes de ruta que dejaron a los centros urbanos al borde del desabastecimiento total de productos básicos.

Este conflicto se constituyó en un hecho central de las agendas mediática y pública durante 128 días (Amado & Rotelli, 2011; Becerra & López, 2009; Cotarello, 2008; Cremonte, 2010; Mastrini, 2010; Mogaburo & Pucheta, 2008). Transcurridos más de tres meses de pugna, el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) decidió enviar la norma al Congreso nacional para su discusión. Finalmente, la Resolución N° 125/08 fue derogada por voto del Senado entradas las primeras horas del día jueves 17 de julio de 2008. El Vicepresidente de la Nación y Presidente de la Cámara de Senadores, Julio Cleto Cobos, definió la votación, que hasta ese momento estaba empatada en 36 votos, con la frase “Mi voto es no positivo”<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> El término retenciones hace referencia a los derechos de exportación que deben abonar las materias primas que se producen en el territorio nacional. Estas tienen la particularidad de que no gravan la ganancia sino las rentas obtenidas por el concurso de factores excepcionales ajenos a la *performance* de los productores (Rubinzal, 2008).

<sup>5</sup> *Clarín*, 17 de octubre de 2008.

### ***Dinámica y actores del conflicto***

Uno de los datos más importantes del conflicto de 2008 —y que explica en gran parte la extensión de la contienda y su resultado— fue la acción conjunta de entidades rurales que representan a diferentes sectores del agro. La pregunta central es ¿por qué los pequeños productores nucleados en la FAA o CONINAGRO se unieron a los grandes terratenientes representados por la SRA y CRA?

Los cambios producidos por las políticas neoliberales implementadas desde fines de los 70 derivaron en una transformación de la fisonomía productiva del sector. Las características más visibles del nuevo modelo son la concentración de la producción, los novedosos sistemas empresariales de gestión y una creciente tecnificación a partir del uso de semillas genéticamente modificadas. El resultado de dichas transformaciones fue un proceso de homogenización de los actores rurales de la Región Pampeana<sup>6</sup> (Balsa & López Castro, 2011).

Sin embargo, a pesar de las grandes modificaciones socioproductivas reseñadas, una característica fundamental grafica a la estructura agropecuaria nacional: los grandes propietarios que se nuclean en la Sociedad Rural Argentina “continúan siendo en la actualidad las tradicionales familias propietarias de tierras que conformaban la oligarquía agropecuaria durante el modelo agroexportador y fueron fundadoras del Estado moderno en Argentina” (Basualdo & Arceo, 2009, p. 64).

Según Basualdo y Arceo (2009) “los grandes propietarios siguen controlando el 32% de la superficie provincial y en su composición solo se observan leves alteraciones” (p. 62). La diversificación de las inversiones de este sector posibilitó que los viejos terratenientes se asociaran al capital industrial nacional e internacional en nuevos emprendimientos. Estos grupos económicos son los mismos que gozaron de los favores crediticios de la última dictadura militar (1976-1983) y luego de la estatización de sus deudas privadas.

En síntesis, el agro pampeano actual se ha redimensionado a partir de la convergencia de grandes propietarios, tomadores de tierras (*pools* de siembra), capital financiero (fondos de inversión) y servicios de terceros, como por ejemplo, los estudios agronómicos que sirven a una nueva lógica de producción agropecuaria.

Este nuevo actor, que ostenta rasgos económicos, sociales y culturales propios y que mantiene una nueva relación con diversas instituciones —entre las que se

---

<sup>6</sup> Se denomina “agropampeano” a las producciones agrícolas más ricas del país que se ubican en zonas de tierras fértiles y climas benignos, especialmente en el norte de la provincia de Buenos Aires, sur y centro de Santa Fe, sur y centro de Córdoba y sur de Entre Ríos y nordeste de La Pampa (Barsky & Gelman, 2009).

destacan las universidades públicas y los medios de comunicación—, “constituye el núcleo duro del “agronegocio sojero” [...], que creó sus propias exposiciones anuales de la mano de los principales matutinos porteños” (Giarracca, 2010, p. 324). Tal condición sustenta la elección del caso como objeto de estudio.

Las modificaciones acontecidas en la estructura del agro pampeano derivaron en un aburguesamiento de los chacareros. Las nuevas generaciones de pequeños productores trasladaron sus lugares de residencia a centros urbanos cercanos mientras que “se dejaron atrás las producciones para el autoconsumo, las pautas de austeridad en los gastos, la lucha por mantener la tierra en tanto patrimonio familiar, los lazos de solidaridad comunitaria y vecindad” (Balsa & López Castro, 2011, p. 145).

El tratamiento mediático dicotómico del conflicto (Becerra & López, 2009; Cremonte, 2010) pareció delinear las posiciones en dos sentidos opuestos. Frente al gobierno, se construyó la imagen de un “campo” unificado, sin matices y sin terceras perspectivas. Sin embargo, tal como plantean Teubal & Palmisano (2010) “el campo no es una entidad homogénea sino un sector integrado por muchos y variados subsectores en cuanto a los procesos productivos y la naturaleza de los actores sociales involucrados” (p. 193).

En este sentido, las modificaciones de la economía en curso ha sentado las bases para el surgimiento de nuevos acuerdos institucionales (Mora Salas, 2004), como los que se dieron entre entidades agrarias que históricamente mostraron posiciones contrapuestas.

## **Metodología**

El método desplegado en el presente estudio consiste en un análisis de contenido sobre el total de las notas periodísticas publicadas por los diarios argentinos *Clarín* y *Página/12* sobre el caso. Esta metodología se concibe como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990, p. 28).

## ***Unidad de análisis y muestra***

En este estudio se estableció un recorte temporal que abarcó desde el 11 de marzo de 2008, día del anuncio de la Resolución N° 125/08 por parte del Poder Ejecutivo Nacional, hasta el 17 de julio del mismo año, fecha de la derogación de la norma en el Congreso Nacional.

En ese período se recolectaron todas las piezas periodísticas referidas al caso publicadas por *Clarín* (2.146 artículos) y *Página/12* (1.797 artículos), conformándose una población de 3.941 notas periodísticas.

Dada la extensión del corpus resultó imprescindible “recurrir a métodos aleatorios para seleccionar una muestra que sea lo bastante amplia como para contener información suficiente y lo bastante pequeña como para facilitar el análisis” (Krippendorf, 1990, p. 94).

Así, se decidió realizar una muestra aleatoria simple sobre el total de los 3.941 artículos referidos al conflicto. Para determinar su tamaño se prefijó un margen de error del 5%, aceptable para este tipo de trabajos (Aruguete, 2011). Finalmente, se sometieron a análisis 352 casos.

### ***Unidades de contexto: Clarín y Página/12***

*Clarín* es el principal diario argentino, con un volumen de tirada que alcanza un promedio de 238.998 ejemplares de lunes a sábado, que llega a su pico los días domingo con una media de circulación de 543.710 ejemplares, con más de 2 millones de lectores diarios<sup>7</sup>. Además, el diario acapara aproximadamente el 40% de la torta publicitaria de la industria (Becerra & Mastrini, 2009). Su alta penetración responde en buena medida a que es un producto *multitarget*. Como grupo, ha diversificado sus inversiones, incluso dentro del sector agropecuario en la muestra Expoagro (junto con *La Nación*), lo que lo transforma en parte del agronegocio (Giarracca, 2010). Además, el Grupo Clarín constituye el principal multimedios del país, situación que lo coloca en una posición privilegiada para establecer la agenda mediática (Becerra, 2010).

La elección de *Página/12* se sustenta en otros motivos. Pensado originalmente como un diario de contrainformación, el matutino fue transformando su apariencia con el correr de los años. Dirigido a un público de clase media-alta con altos niveles educativos, el matutino mantiene cierta capacidad de fijación de agenda producto de su impacto en diversos líderes de opinión. Sin embargo, la decisión fundamental que justifica la elección de *Página/12* radica en que, desde el año 2003, se vio cada vez más alineado en defensa de las políticas del Gobierno de Néstor Kirchner, primero, y del de Cristina Fernández, después. Tal situación indi-

<sup>7</sup> Fuente: Instituto Verificador de Circulaciones (IVC). Promedio de circulación neta de lunes a domingo entre agosto y octubre de 2013. Disponible en [http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado\\_id=78](http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=78)

caba *a priori* que se estaba ante la posibilidad de realizar un análisis comparativo entre dos diarios con líneas editoriales diferentes y hasta contrapuestas.

### **Codificación**

La codificación de este trabajo se desarrolló por cuatro codificadores profesionales de las ciencias de la comunicación de las universidades nacionales de Quilmes, Cuyo y San Juan.

#### **Libro de códigos**

##### ***Frecuencia de cobertura***

En primer lugar se contabilizaron todas las noticias de cada edición, independientemente del tema que trataran con el fin de determinar la porción de la agenda informativa dedicada al caso por cada matutino. Luego se separaron todas las piezas periodísticas que refirieron al tema bajo estudio y se transcribió el número total.

##### ***Importancia de las noticias***

Se codificaron las siguientes variables a partir de la construcción previa de un sistema de categorías exhaustivo y recíprocamente excluyente. Todas las variables relevadas fueron trabajadas anteriormente en otros estudios enmarcados en la perspectiva de *agenda setting* aunque nunca se habían analizado de manera conjunta.

***Aparición en portada:*** se computa si la noticia: 1= aparece en portada o 2= no aparece en portada. ***Acompañamiento de elementos gráficos:*** se determina si la pieza 1= tiene elementos gráficos o 2= no tiene elementos gráficos. ***Tamaño del artículo:*** se codifican las piezas según los siguientes valores: 1= menos de 1/4 de página, 2= entre 1/4 y 2/4 de página (pero sin llegar a media página), 3= entre media página y 3/4 de página, 4= más de 3/4 de página, pero no completa, 5= página completa, 6= más de una página. ***Tamaño del titular:*** se analiza el tamaño de los títulos de las notas según los siguientes valores: 1= menos de 1/4 del ancho de página, 2= entre 1/4 y la mitad del ancho de página, 3= más de la mitad y hasta 3/4 del ancho de página, 4= totalidad del ancho de página, 5= otros. ***Bajada o entradilla:*** se estipula si la noticia 1= tiene entradilla o 2= no tiene entradilla. ***Ubicación:*** se codifica si la pieza está emplazada en: 1= mitad superior de la página, 2= mitad inferior de la página. ***Firma:*** se codifica según los valores que siguen: 1= con firma,

2= sin firma. **Sección:** se establece si la nota: 1= abre sección o 2= no abre sección. **Valencia:** se establece si la nota tiene: 1= valencia positiva: se considera que en un artículo predomina la valencia positiva cuando la carga emocional de la nota realza beneficios para la población o el bien común (Aruguete, 2009; 2011) o se relaciona positivamente con valores universales como la libertad, la igualdad y el humanitarismo (Nelson *et al.*, 2012). 2= valencia negativa: un artículo tendrá valencia negativa cuando en él predomine la idea de un perjuicio al bien común asociado con las acciones, medidas o hechos que se relatan (Aruguete, 2009; 2011); o la idea central se refiera a controversias, disputas, peleas, violencia y otros valores asociados con la desazón, la tristeza, la desesperanza, la amenaza (Nelson *et al.*, 2012) o se realce la idea de conflicto como algo negativo para la sociedad (Auh, 1977). 3= valencia indefinida: se computa esta categoría cuando los indicadores manifiestos de la unidad de análisis no permitan identificar una valencia predominante. También se codifica este valor cuando “se destacan contenidos ambivalentes, en los que se equilibran los aspectos o características positivas y negativas” (Casermeiro de Pereson, 2004, p. 280).

### **Fiabilidad**

Una vez codificadas las notas se realizaron pruebas de fiabilidad del proceso. Para ello se construyó una submuestra aleatoria del 10% de la muestra total. Así, se recodificaron 36 artículos, teniendo en cuenta que cada codificador no trabajara sobre un caso que haya codificado anteriormente.

El nivel de acuerdo medio para este trabajo se determinó mediante el coeficiente de Kappa<sup>8</sup> y fue de  $K = .924$ . Los valores máximos de acuerdo fueron de  $K = 1$  y correspondieron a las variables *entradilla* y *tamaño del titular*. En tanto, el valor mínimo fue de  $K = .769$  y correspondió a la variable *apertura de sección*. El estudio muestra un alto nivel de fiabilidad inter-jueces.

### **Análisis de los diarios**

La relevancia informativa que adquiere un caso en una cobertura informativa, como se vio en el apartado teórico, está determinada por tres factores centrales. En primer lugar, a partir de la frecuencia de cobertura de un *issue*. En efecto, “la gente

---

<sup>8</sup> El coeficiente de Kappa mide el nivel de acuerdo entre dos codificadores sobre una misma variable. Es preferible a otros métodos debido a que contempla el factor azar en su resultado final. El indicador marca acuerdo cuando los valores oscilan entre 0 y 1. Una fiabilidad aceptable es un resultado mayor a  $K = 0.7$ .

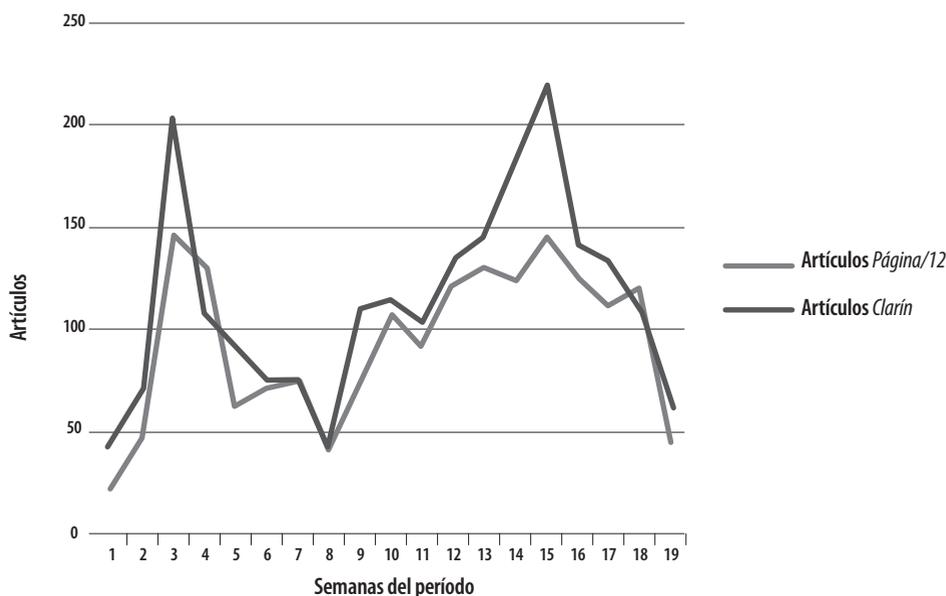
reacciona ante las noticias pensando que los acontecimientos que más cobertura reciben son los más importantes”, p. 244). El segundo mecanismo con que los medios cuentan para darle importancia a un tema es la jerarquía o prominencia que le otorgan en el tratamiento noticioso, es decir “la visibilidad de la información a partir de su ubicación, su tamaño o su disposición” (Amadeo, 2008, p. 191).

A los dos factores clásicos de relevancia, Kiousis (2004) agrega la valencia como otro indicador central de importancia de un asunto.

En este apartado se analizan las tres dimensiones de la relevancia informativa que adquirió el “conflicto campo-gobierno”, en las coberturas de *Clarín* y *Página/12*.

### ***Frecuencia de cobertura***

Durante los 128 días que duró la contienda entre “campo” y “gobierno”, el diario *Clarín* publicó 2.156 artículos referidos al caso, mientras que *Página/12* incluyó en su agenda informativa 1.797 piezas periodísticas dedicadas al conflicto. Ahora bien, resulta importante analizar cómo se distribuyeron estas a lo largo del período observado.



**Figura 1.** Cobertura informativa según semanas del período. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*, 11 de marzo al 17 de julio de 2008.

La figura 1 permite analizar dos cuestiones centrales para este trabajo. En primer lugar, se observa que la frecuencia de cobertura del caso fue alta en ambos matutinos. El promedio de cobertura en *Clarín* fue de 16,98 notas diarias, mientras que en *Página/12* se ubicó en 14,14 piezas periodísticas cada jornada. Si se toman los datos de manera agregada, arrojan un promedio semanal de 188,88 notas en el primer diario y de 98,98 en el segundo.

En segundo lugar, se observa un comportamiento similar en la frecuencia de cobertura de los dos matutinos analizados. Si bien *Clarín* publicó mayor cantidad de notas referidas al conflicto que *Página/12*, existe homogeneidad en las curvas de frecuencia de cada uno de ellos<sup>9</sup>. Tanto los picos de mayor como los de menor cobertura se dieron en las mismas semanas y fueron producto de idénticos hechos.

### **Análisis de la frecuencia en función del hueco informativo**

Para avanzar en el análisis comparativo de la cobertura de los dos diarios resulta necesario medir la frecuencia de publicación de notas sobre la Resolución N° 125/08 respecto del total de noticias publicadas por cada medio durante todo el período analizado.

A lo largo de los 128 días que duró la contienda, el diario *Clarín* publicó un total de 14.513 artículos periodísticos, de los cuales 2.157 refirieron al “conflicto campo–gobierno”. Es decir, la cobertura del caso que aquí se analiza ocupó un 14,86% del total de su hueco informativo.

*Página/12* incluyó en su agenda 7.240 piezas periodísticas durante el período, de las cuales 1.797 tuvieron como tema central a la Resolución N° 125/08, cifra que representa un 24,82% del total de su agenda.

Estos datos muestran que, si bien la frecuencia de cobertura del caso fue mayor en *Clarín*, *Página/12* le dio más importancia al tema, puesto que este ocupó un porcentaje mayor de su *news hole*.

No obstante, existió una gran homogeneidad en la evolución de la frecuencia de los dos diarios. Esta se evidencia al analizar los picos de cobertura y ponerlos en relación con los hechos que se sucedieron en cada uno de esos momentos.

El primer gran pico de cobertura informativa tuvo lugar —en ambos diarios— en la tercera semana del conflicto (26/03/2008 al 01/04/2008). Este fue producto de un hecho de gran impacto mediático. Específicamente, el 26 de marzo de 2008 los

<sup>9</sup> El concepto de homogeneidad refiere a un comportamiento similar en las curvas de frecuencia de cobertura de ambos diarios.

dos matutinos dieron cuenta en sus páginas de lo que fue el primer *cacerolazo* en apoyo a las entidades agrarias en los principales centros urbanos del país.

El hecho fue seguido por manifestaciones de sectores afines a las políticas del gobierno nacional. Las demostraciones en el espacio público incluyeron enfrentamientos en Plaza de Mayo entre manifestantes de uno y otro sector. “Cacerolazo tras el duro discurso de Cristina”<sup>10</sup> tituló *Clarín* ese día, mientras que *Página/12*, bajo el título “Campo minado”<sup>11</sup>, advertía acerca de una “Fuerte escalada en el conflicto con los empresarios del campo”. Luego de ese hecho los promedios de frecuencia de cobertura subieron en ambos diarios, ubicándose en alrededor de 30 noticias diarias en cada uno (fig. 2).



Figura 2. Portadas de los diarios correspondientes al 26/03/2008.

<sup>10</sup> *Clarín*, 26 de marzo de 2008.

<sup>11</sup> *Página/12*, 26 de marzo de 2008.

Otro de los picos máximos de cobertura mediática se registró en ambos diarios en las semanas 12 y 13 (28/05/2008 al 10/06/2008). El aumento de la frecuencia estuvo principalmente asociado con el recrudecimiento de las medidas de fuerza de la Mesa de Enlace, luego de que el gobierno suspendiera las negociaciones tras el acto desarrollado por las entidades rurales el 25 de mayo en la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe, y que reunió a más de cien mil personas. “El campo protestó fuerte y hoy vuelve a negociar”<sup>12</sup> fue el título de tapa de *Clarín* el día después de las manifestaciones, mientras que *Página/12* reflejó lo sucedido titulado “25 dividido dos”<sup>13</sup>, en referencia al desarrollo simultáneo de dos actos: uno “pro-campo” en Rosario y otro “pro-gobierno”, en Salta. La interrupción de las negociaciones luego de estos eventos recrudeció el conflicto y ello fue el detonante de un nuevo aumento de la frecuencia de cobertura.

Ahora bien, el pico máximo de cobertura del caso se dio en la semana 15 (18/06/2008 al 24/06/2008). Dos hechos centrales contribuyeron para que ello sucediera. Luego de que la detención de Alfredo de Angeli, principal líder de la Federación Agraria Argentina (FAA) de la provincia de Entre Ríos durante un corte de ruta en la ciudad de Ceibas provocara nuevos cacerolazos en las principales ciudades del país, el gobierno decidió cambiar su estrategia y enviar la Resolución N° 125/08 al Congreso nacional para su tratamiento.

El día que se conoció esta decisión del PEN (17 de junio de 2008) se dio el máximo pico de frecuencia de cobertura del caso en los dos diarios que aquí se analizan. Mientras que *Clarín* advirtió desde su portada: “Retenciones: buscan el aval del Congreso”<sup>14</sup> y publicó en la edición de ese día 50 artículos periodísticos referidos al caso; *Página/12* puso en tapa “Por ley”<sup>15</sup> e incluyó en su edición 31 piezas sobre el asunto. Sin embargo, una vez que la discusión se encuadró en el ámbito del Congreso nacional, la frecuencia tendió a disminuir en ambos periódicos hasta el final del período bajo estudio (fig. 3).

Ahora bien, resulta interesante analizar en la figura 1 lo que sucedió cuando la cantidad de notas sobre la Resolución 125/08 no fue tan alta. Un dato resulta revelador: así como los niveles máximos de frecuencia de cobertura coincidieron, el nivel mínimo también tuvo lugar en los mismos días en los dos diarios. En efecto,

---

<sup>12</sup> *Clarín*, 26 de mayo de 2008.

<sup>13</sup> *Página/12*, 26 de mayo de 2008.

<sup>14</sup> *Clarín*, 17 de junio de 2008.

<sup>15</sup> *Página/12*, 17 de junio de 2008.

en la semana 8 (30/04/2008 al 06/05/2008), y en el marco de una *tregua* por 30 días en los que campo y gobierno mantuvieron diferentes instancias de negociación, el conflicto en el espacio público disminuyó y también lo hizo la frecuencia de cobertura. Tal situación permite aseverar que los aumentos en la cantidad de notas publicadas sobre el “conflicto del campo” estuvieron directamente relacionados con hechos controvertidos y disputas en el espacio público. Contrariamente, cuando la discusión se dio en ámbitos institucionales, la atención de los medios sobre el caso disminuyó sensiblemente.

Sin embargo, un bajo nivel de tratamiento noticioso no significó nunca la desaparición del *issue* de la agenda mediática. Ambos diarios incluyeron periódicamente informaciones referidas al desarrollo de las instancias de negociación institucional, aunque en menor cantidad que en las semanas en las que la conflictividad fue alta.



Figura 3. Portadas de los diarios correspondientes al pico máximo de cobertura del caso.

En síntesis, lo que se puede aseverar a partir del análisis empírico es la existencia de una cobertura informativa semejante en términos de frecuencia de cobertura en *Clarín* y *Página/12* que, en ambos casos, tuvo al conflicto como criterio básico de selección y omisión. Cuando este recrudeció en el espacio público, los niveles de cobertura aumentaron, mientras que cuando el enfrentamiento se institucionalizó en mesas de negociación, los niveles de cobertura informativa descendieron.

Dicha constatación empírica permite introducir el análisis sobre la valencia de las noticias. El comportamiento de la frecuencia de cobertura constituye un primer indicio del funcionamiento de esta variable. El hecho de que los momentos más álgidos y dramáticos de la contienda obtuvieran mayor cobertura permite sostener el supuesto de que las notas publicadas durante esos días obtuvieron mayor carga afectiva.

### Jerarquía y valencia

Uno de los objetivos específicos de este trabajo es corroborar si la hipótesis de Kiuosis (2004) es aplicable al caso que aquí se estudia. Es decir, se procura establecer si las notas con valencia definida fueron más importantes que aquellas en las que la valoración no fue explícita. La tabla 1 permite observar el comportamiento de esta variable en la cobertura mediática de la Resolución N° 125/08.

Los resultados demuestran un comportamiento homogéneo respecto de esta variable en *Clarín* y *Página/12*. Las notas con valencia negativa —aquellas en las que el caso o sus consecuencias fueron presentados como negativos para la población o abundaron en palabras con connotaciones de igual tono— predominaron en la cobertura general (51,4%) y en cada uno de los diarios (53,9% en *Clarín* y 48,4% en *Página/12*). En tanto, la valencia positiva —aquellas notas que relatan hechos presentados como favorables al interés general o que se asocian con valores positivos— fue marginal en la cobertura general (10,5%). Comparativamente,

**Tabla 1.** Valencia. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*, 11 de marzo al 17 de julio de 2008.

<b>Valencia</b>	<b>Clarín</b>	<b>Página/12</b>	<b>Total</b>
Positiva	7,30%	14,30%	10,50%
Negativa	53,90%	48,40%	51,40%
Indefinida	38,70%	37,30%	38,10%

es posible observar que, en términos absolutos, *Página/12* duplicó la frecuencia de notas con esta valoración respecto de *Clarín* (14,3% y 7,3%, respectivamente). En tanto, las notas con valencia indefinida obtuvieron porcentajes casi idénticos (38,7% en *Clarín* y 37,3% en *Página/12*).

Es importante aclarar que tales resultados no implican un posicionamiento similar de los diarios frente a los diferentes temas asociados al conflicto. Mientras que *Clarín* evaluó de manera negativa a la Resolución N° 125/08 y las consecuencias de su aplicación, la política gubernamental fue valorada positivamente por *Página/12*, matutino que utilizó el tono negativo mucho más para referirse a la protesta de las entidades agrarias que a la norma impulsada por el PEN.

Algunos titulares resultan ilustrativos de la posición que cada diario sostuvo sobre el caso. *Clarín* tituló “Retenciones: errores políticos y técnicos con alto costo oficial”<sup>16</sup> en una nota de opinión en la que argumentó que la política propuesta por el gobierno desalentaba la producción agropecuaria y, de ese modo, retraería los ingresos fiscales. Asimismo, consideró que “Las retenciones no redistribuyen el ingreso en forma eficiente”<sup>17</sup> y que “Las retenciones foguean una pelea por la enorme caja fiscal del Gobierno”<sup>18</sup>, en una interpretación que sindicó como único fundamento de la política gubernamental a la necesidad de aumentar la recaudación.

En sentido contrario, *Página/12* acusó a las entidades rurales de ser “Los guardianes de Cargill”<sup>19</sup> y consideró que los principales motivos detrás de la política fiscal se asociaron a la intención de transferir recursos del sector más competitivo de la economía nacional a otros más postergados. En el mismo sentido, este diario criticó “Los usos y abusos de ‘el campo’”<sup>20</sup> en una nota de opinión en la que evaluó negativamente los reclamos y métodos de protesta de las corporaciones agrarias.

La coincidencia entre ambos diarios, que explica en buena medida el predominio de la valencia negativa, fue que tanto *Clarín* como *Página/12* consideraron que la contienda produjo consecuencias negativas para la población. Sin embargo, los periódicos atribuyeron la responsabilidad del origen de la controversia a diferentes actores. Mientras que *Clarín* culpó al gobierno y su política de retenciones móviles y consideró la existencia de “Una sociedad rehén del conflicto”<sup>21</sup>, *Página/12* cul-

---

<sup>16</sup> *Clarín*, 3 de abril de 2008.

<sup>17</sup> *Clarín*, 7 de abril de 2008.

<sup>18</sup> *Clarín*, 22 de abril de 2008.

<sup>19</sup> *Página/12*, 13 de mayo de 2008.

<sup>20</sup> *Página/12*, 10 de junio de 2008.

<sup>21</sup> *Clarín*, 14 de mayo de 2008.

pabilizó por las secuelas negativas al sector rural y esgrimió que los ciudadanos fueron “Rehenes de Monsanto”<sup>22</sup> y las corporaciones agrarias durante 128 días.

Resulta interesante destacar, entonces, que en ambos casos la contienda fue evaluada de manera predominantemente negativa. Si bien los dos diarios mostraron posiciones editoriales polarizadas, más cercanas a las esgrimidas por “el campo” en el caso de *Clarín* y coherentes con las argumentadas por “el gobierno” en *Página/12*, la caracterización del conflicto como una guerra de la que la sociedad fue rehén estuvo presente en los dos periódicos.

En el mismo sentido, la polarización política y editorial de las coberturas analizadas (re)produjo el binomio “campo-gobierno” en un discurso que, salvo en contadas excepciones, no dio lugar a otras posiciones o abordajes.

Estos resultados, ¿permiten afirmar que la valencia constituye un indicador válido de jerarquía? Para responder esta pregunta se procedió a analizar la relación existente entre la variable *valencia* con otros indicadores habitualmente utilizados para medir la importancia de las piezas periodísticas.

Uno de los indicadores clásicos para analizar la importancia de la noticia es el acompañamiento gráfico. Se parte de la premisa de que las noticias “que llevan gráficos atractivos atrapan la atención de más lectores” (McCombs, 2006, p. 107). La relación entre la valencia y la presencia de gráficos o imágenes en las noticias aparece reflejada en la tabla 2.

Los datos evidencian que tanto en *Clarín* como en *Página/12* las piezas periodísticas acompañadas con imágenes tuvieron valencia definida (75,8% y 80,5%

**Tabla 2.** Valencia y presencia de elementos gráficos. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*, 11 de marzo al 17 de julio de 2008.

	<i>Clarín</i>		<i>Página/12</i>	
	Imagen		Imagen	
Valencia	Sin imagen	Con imagen	Sin imagen	Con imagen
Positiva	3,20%	9,40%	8,70%	18,50%
Negativa	28,60%	66,40%	30,40%	62,00%
Indefinida	68,30%	24,20%	60,90%	19,50%

<sup>22</sup> *Página/12*, 14 de mayo de 2008.

respectivamente), mientras que la valencia indefinida predominó en las noticias sin imágenes (68,3% en *Clarín* y 60,9% en *Página/12*).

Otro de los indicadores clásicos de la importancia noticiosa es el tamaño de las notas. Se considera que las noticias más grandes obtienen mayor jerarquía y visibilidad que las pequeñas (McCombs & Shaw, 1972). La tabla 3 da cuenta de la relación entre la valencia y el tamaño de las piezas periodísticas.

Tal como se desprende de la tabla 3, las noticias grandes<sup>23</sup> obtuvieron altos porcentajes de valencia definida (82,4% en *Clarín* y 81,3% en *Página/12*), mientras que en ambos diarios predominó la valencia indefinida en las noticias pequeñas (52,1% en *Clarín* y 65,4% en *Página/12*).

Además del tamaño total de la nota, se midió el tamaño del titular, obteniéndose también comportamientos similares. La dimensión de los titulares fue analizada por McCombs y Shaw (1972) en el trabajo seminal de Chapel Hill. También Budd (1964) la incorporó para medir la importancia de los artículos. Estos trabajos consideran que el tamaño del titular es clave para la visibilidad de las piezas.

En el presente estudio el 80% de las notas con titulares mayores a la mitad del ancho de la página tuvieron valencia definida en *Clarín*, porcentaje que trepó al 91,3% en *Página/12*. Contrariamente, en las noticias con titulares pequeños (menores a la mitad del ancho de la página) predominó la valencia indefinida (60,5% en *Clarín* y 56% en *Página/12*).

Ahora bien, otro de los indicadores de importancia de las notas es su disposición en la página. Se considera que los artículos que se incluyen en la parte superior

**Tabla 3.** Valencia y tamaño de la pieza. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*, 11 de marzo al 17 de julio de 2008.

Valencia	<i>Clarín</i>		<i>Página/12</i>	
	Tamaño		Tamaño	
	Menor a 1/2 página	Mayor a 1/2 página	Menor a 1/2 página	Mayor a 1/2 página
Positiva	1,70%	16,20%	7,40%	21,30%
Negativa	46,20%	66,20%	27,20%	70,00%
Indefinida	52,10%	17,60%	65,40%	8,20%

<sup>23</sup> En el presente trabajo se consideró *noticias grandes* a las mayores a media página, mientras que son *noticias pequeñas* las menores a media página.

de la página son más visibles que los que aparecen en la parte inferior (Budd, 1964; Gutiérrez Coba, 2001). El 65,5% de los artículos ubicados en la parte superior de la página de *Clarín* tuvo valencia definida, porcentaje que crece hasta el 81% en el caso de *Página/12*. En ambos diarios, en las piezas ubicadas en la mitad inferior de la página, predominó la valencia indefinida (51% en *Clarín*, 67,2% en *Página/12*).

Otro de los indicadores habitualmente utilizados para medir la importancia de las noticias en la prensa gráfica es la presencia de huellas de autoría. La firma en la nota denota la importancia que le otorga el medio al caso (Aruguete, 2011; Casermeiro de Pereson, 2004; Odriozola Chené, 2012). Al poner en relación las variables *valencia* y *firma* fue posible advertir que ocho de cada diez notas firmadas en cada diario tuvieron valencia definida. En las notas sin firma, en cambio, en los dos matutinos predominó el carácter evaluativo indefinido (75,7% en *Clarín* y 64,2% en *Página/12*).

En el mismo sentido y en pos de medir la jerarquía de las noticias se sostiene que “las notas periodísticas que llevan entradilla<sup>24</sup> son consideradas como las más destacadas” (Gutiérrez Coba, 2001, p. 10). Al medir esta variable en la cobertura noticiosa del “conflicto del campo” y cruzarla con el carácter evaluativo de las notas surge que ocho de cada diez notas con bajada de *Clarín* y nueve de cada diez de *Página/12* tuvieron valencia definida. En cambio, la valoración indefinida predominó en las notas sin bajada.

Ahora bien, además de los indicadores analizados hasta el momento, existen otros que por constituir porciones del hueco informativo que ostentan un mayor

**Tabla 4.** Valencia y aparición en portada. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*, 11 de marzo al 17 de julio de 2008.

	<i>Clarín</i>		<i>Página/12</i>	
	Tapa		Tapa	
Valencia	No aparece en tapa	Aparece en tapa	No aparece en tapa	Aparece en tapa
Positiva	4,20%	28,00%	11,30%	24,30%
Negativa	54,80%	48,00%	42,70%	67,60%
Indefinida	41,00%	24,00%	46,00%	8,10%

<sup>24</sup> Los términos “bajada” y “entradilla” se utilizan como sinónimos.

nivel de competencia temática resultan determinantes para medir la importancia de un *issue* en la agenda mediática (Zunino, 2014).

Estos son la *aparición en portada* y la *apertura de sección*. Los mismos constituyen “las porciones del hueco informativo [...] que, producto de su dimensión reducida y alta visibilidad, restringen al máximo la posibilidad de que muchas piezas periodísticas sean incluidas en ellos” (Zunino, 2014, p. 195).

La tabla 4 da cuenta del comportamiento de la valencia en las notas que aparecieron en las portadas de los diarios.

La importancia de las tapas de los diarios radica, entre otros factores, en que “las noticias de portada del diario tienen unas dos veces más lectores que las que aparecen en las páginas interiores” (McCombs, 2006, p. 107). Asimismo, estas constituyen una medida esencial de la frecuencia y la jerarquía de un caso (Wanta, 1997).

El 91,9% de las notas referidas a la Resolución N° 125/08 publicadas por *Página/12* en su tapa tuvo valencia definida. En tanto, el 76% de las notas de portada de *Clarín* sobre el caso cumplió la misma condición.

Ahora bien, al medir la valencia sobre el total de las notas que no aparecieron en portada, si bien la valencia definida siguió predominando (59% en *Clarín* y 54% en *Página/12*), los promedios de valoración indefinida subieron considerablemente (41% en *Clarín* y 46% en *Página/12*).

Más acérrima aún es la competencia temática por ocupar el lugar de las aperturas de sección. Este indicador de importancia fue tomado de los trabajos de McCombs & Shaw (1972), Igartua (2006) e Igartua, Muñiz & Cheng (2005). Todos coinciden en que las noticias que abren sección son las más destacadas. Si se analiza la relación entre la apertura de sección y la valencia para este caso, los resultados resultan elocuentes.

**Tabla 5.** Valencia y apertura de sección. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*, 11 de marzo al 17 de julio de 2008.

Valencia	<i>Clarín</i>		<i>Página/12</i>	
	¿Abre sección?		¿Abre sección?	
	Abre sección	No abre sección	Abre sección	No abre sección
Positiva	23,10%	4,80%	26,10%	12,30%
Negativa	65,40%	52,10%	73,90%	44,20%
Indefinida	11,50%	43,00%	0,00%	43,50%

Tal como lo expresa la tabla 5, todas las notas sobre el “conflicto del campo” que abrieron sección en *Página/12* tuvieron valencia definida. Lo mismo ocurrió en nueve de cada diez noticias que abrieron sección en *Clarín*. Además, tal como sucedió con las noticias de portada, si se analizan las piezas que no abrieron sección, los porcentajes de valencia indefinida crecieron considerablemente en ambos diarios.

En suma, el análisis agregado de cada uno de los indicadores de relevancia y su relación con la valencia permite corroborar las tres hipótesis planteadas en este trabajo, a saber: 1) la constatación de una alta frecuencia de cobertura y jerarquía noticiosa del “conflicto del campo” en *Clarín* y *Página/12*; 2) la existencia de una relación significativa entre las noticias con marcados rasgos afectivos —sobre todo negativos— y la frecuencia y jerarquía de ese tipo de piezas; y 3) la corroboración para el caso que se analiza de que la valencia constituye un indicador válido de la relevancia de las noticias.

## Discusión

En este trabajo se demuestra que la valencia que, como producto de sus componentes afectivos torna a un hecho dramático o bien aumenta la identificación con la audiencia, influye de manera directa en la importancia que adquiere un caso en la agenda mediática. Efectivamente, fueron los hechos presentados como dramáticos o controvertidos los que dominaron la cobertura informativa y marcaron su fisonomía.

Los resultados obtenidos indican que un asunto cobra relevancia mediática cuando es presentado como un problema con significado público, un conflicto entre dos o más grupos por la distribución de posiciones o recursos, o un fenómeno sobre el que un público se ve impelido a tomar partido y que, además, requiere de una acción política (Dearing & Rogers, 1996). En términos de McCombs (1992), “las noticias tienen tono y drama. Las noticias comunican más que hechos. [...] Los mensajes noticiosos son cognitivos y afectivos” (p. 817).

Entonces, tal como afirma Kioussis (2004), la valencia de las noticias está directamente relacionada con la relevancia que adquiere un *issue* en la agenda informativa. Tal aseveración es posible luego de observar que tanto la frecuencia como la jerarquía aumentaron en momentos en los que la controversia se radicalizó, involucró a sectores más amplios de la población o fue presentada como causante de efectos negativos que afectaron a la ciudadanía y/o el bien común.

La medición de esta variable en la cobertura de la contienda entre las corporaciones del agro pampeano y el gobierno de la presidente Cristina Fernández resulta reveladora. En primer lugar, se constató que más de la mitad de las notas tuvieron valencia definida, predominando ampliamente las piezas con valoración negativa (51,4% del total).

En segundo lugar, resulta llamativo que la carga afectiva de las noticias haya sido predominantemente negativa tanto en *Clarín* como en *Página/12*. El hallazgo merece una interpretación más profunda.

Los resultados permiten sostener que no debe confundirse la valencia o tono valorativo de las noticias con la posición editorial de los medios. En el caso que se analiza, los diarios se posicionaron de manera contrapuesta sobre los sucesos en torno de la Resolución N° 125/08. Mientras que *Clarín* se opuso a la norma y culpabilizó al gobierno por los efectos negativos sobre la población, *Página/12* defendió la política oficial y culpabilizó a la Mesa de Enlace por los efectos dañinos de las medidas de fuerza sobre la ciudadanía. Esto permitió una mayor presencia de valencia positiva en este matutino, predominantemente vinculada con la evaluación que el diario hizo sobre la medida del PEN y sus posibles efectos.

Sin embargo, la diferencia en la caracterización de los hechos no impidió que ambos diarios hayan considerado que el conflicto fue disruptivo de la paz social y afectó de manera negativa a los ciudadanos, la mayoría de los cuales no tenía ningún tipo de pertenencia sectorial directa con los actores en pugna. En ese contexto, la coincidencia central consistió en mostrar al “conflicto” como una amenaza para la paz social y, por ende, presentarlo negativamente en la cobertura. Tal posicionamiento impidió a ambos matutinos profundizar sobre otras cuestiones como las características del modelo sojero o la naturaleza de la dicotomía “campo” versus “gobierno” planteada en términos similares por los dos medios.

Concretamente, lo que ninguno de los diarios discutió fue el modelo de acumulación del capital, los modos de comercialización y gestión de las parcelas y las características del excedente que genera el agro pampeano y que históricamente ha sido motivo de disputas. Mucho menos se ocuparon de encuadrar la contienda en una serie histórica que diera cuenta de sus causas estructurales. La cobertura, lejos de ello, se centró en los episodios coyunturales que desataron el enfrentamiento y los hechos estrictamente asociados a él.

Por último, es posible afirmar que existió una fuerte correlación entre las notas con valencia manifiesta, especialmente aquellas que tuvieron una carga afectiva

negativa, con la ocupación de los lugares más destacados de la agenda mediática. En términos generales, las notas que aparecieron en portada, que abrieron sección y que fueron de gran tamaño tuvieron valencia negativa.

El resultado del trabajo empírico corrobora, para el caso que se analiza, que las notas dramáticas en las que la controversia entre los actores llegó a su punto máximo fueron aquellas que, en ambos diarios, se ubicaron en lugares más visibles y, por lo tanto, recibieron una relevancia informativa mayor. En este sentido, D'Adamo y García Beaudoux (2007) destacan que “lo que más atrae la atención y lo que más fácil y rápidamente recupera la memoria, no son las estadísticas, no son los argumentos, sino lo vívido, lo dramático, lo visceral, lo personalizable, lo espectacular, lo sentimental” (p. 176). Por lo tanto, los componentes afectivos de las noticias —la valencia— resulta un indicador fundamental de la importancia que reciben las noticias en la agenda mediática (Kiouis, 2004).

Sin embargo, dicha constatación deja pendiente los siguientes interrogantes: ¿A quiénes responsabilizaron los medios por los hechos y sus consecuencias? ¿Cómo fue evaluada la política fiscal del gobierno en cada caso? ¿De qué manera se trataron las medidas de lucha de las corporaciones agrarias y sus efectos sobre el resto de la ciudadanía? ¿Cuáles fueron los temas predominantes en las coberturas? ¿Qué líneas argumentales se impusieron en cada caso? ¿Cómo respondió la opinión pública frente a la cobertura mediática?

Dichas inquietudes exceden las posibilidades de este trabajo. No obstante, se las deja planteadas para nuevos abordajes que, sobre la base de los hallazgos y enfoques presentes, puedan profundizar en el análisis de una contienda que si bien alcanzó su pico máximo entre marzo y julio de 2008, sus orígenes se remontan a la fundación del Estado nacional y, al día de la fecha, permanece irresuelta.

## Referencias

- Amadeo, B. (2008). Framing: modelo para armar (p. 183-281). En: Baquerín de Riccitelli, M. T. (ed.). *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina (EDUCA).
- Amado, A. & Rotelli, N. (2011). *La investigación de medios en situaciones de conflicto: supuestos y aportes*. Trabajo presentado en el 10° Congreso nacional de ciencia política “Democracia, integración y crisis en el nuevo orden global: tensiones y desafíos para el análisis político”. Córdoba: Sociedad Argentina de Análisis Político.
- Aruguete, N. (2009). El caso ENTel: un estudio de la cobertura mediática en la etapa previa a su privatización. *Palabra Clave*, 12 (1), p. 61-82.
- Aruguete, N. (2011). *Los medios y la privatización de ENTel*. Madrid: Editorial Académica Española.
- Auh, T. (1977). *Issue conflict and mass media agenda-setting during Bayh-Lugar senatorial campaign*

- of 1974. Trabajo presentado en Association for Education in Journalism and Mass Communication Annual Conference. ERIC Clearinghouse.
- Balsa, J. & López Castro, N. (2011). Transformaciones socioprodutivas, actores sociales y modelos de desarrollo rural en disputa: reflexiones en torno al conflicto agrario reciente en la región pampeana (p. 141-162). En: Muzlera, J.; Poggi, M. & Carreras Doallo, X. (eds.). *Aportes, sujetos y miradas del conflicto agrario argentino (1910-2010)*. Buenos Aires: CICCUS.
- Barsky, O. & Gelman, J. (2009). *Historia del agro argentino: desde la conquista hasta comienzos del siglo XXI*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Basualdo, E. & Arceo, N. (2009). Características estructurales y alianzas sociales en el conflicto por las retenciones móviles (p. 51-83). En: Arceo E.; Basualdo, E. & Arceo, N. (eds.). *La crisis mundial y el conflicto del agro*. Buenos Aires: La Página.
- Becerra, M. (2010). Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina. En: Lugones, G. & Flores, J. (eds.). *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario*. Bernal: Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.
- Becerra, M. & López, S. (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*, segunda época, 16, p. 9-30.
- Becerra, M. & 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.
- Bizer, G. & Petty, R. (2005). How we conceptualize our attitudes matters: the effects of valence framing on the resistance of political attitudes. *Political Psychology*, 26 (4), p. 553-568.
- Brosius, H. & Kepplinger, M. (1992). Beyond agenda-setting: the influence of partisanship and television reporting on the electorate's voting intentions. *Journalism Quarterly*, 69 (4), p. 893-901.
- Budd, R. W. (1964). U. S. news in the press down under. *Public Opinion Quarterly*, 28 (1), p. 39-56.
- Casermeyro de Pereson, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina (EDUCA).
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. 2nd ed.. New York: Princeton University Press.
- Cotarello, M. C. (2008). El llamado conflicto del campo: ¿recomposición de una fuerza antipopular? *Informe de Coyuntura*, 68, p. 1-8.
- Cremonte, J. P. (2010). Cada cual atiende su juego: la construcción del conflicto entre el gobierno nacional y las entidades agropecuarias en *Clarín*, *La Nación* y *Página/12* (p. 227-266). En: Aronskind, R. & Vommaro, G. (eds.). *Campos de batalla: las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*. Buenos Aires: Prometeo; Universidad Nacional de General Sarmiento.
- D'Adamo, O. & García Beaudoux, V. (2007). Medios de comunicación de masas y percepción social de la inseguridad. *Boletín de Psicología*, 90, p. 19-32.
- D'Adamo, O.; García, V. & Freidenberg, F. (2000). *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública: una imagen, ¿vale más que mil, palabras?* Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Dearing, J. & Rogers, E. (1996). *Agenda setting*. Thousand Oak, CA: Sage.
- Giarracca, N. (2010). El conflicto agrario de 2008: los debates necesarios (p. 313-341). En: Giarracca, N. & Teubal, M. (eds.). *Del paro agrario a las elecciones de 2009: tramas, reflexiones y debates*. Buenos Aires: Antropofagia.
- Gutiérrez Coba, L. (2001). Temas de interés para los periódicos de prestigio: el caso de *El País* (España) y *El Espectador* (Colombia). *Zer: revista de estudios de comunicación*, 6 (1), p. 131-157.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J. J.; Muñiz, C. & Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española: aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones*, 17, p. 143-181.

- Kiousis, S. (2004). Explicating media salience: a factor analysis of *New York Times* issue coverage during the 2000 U. S. presidential election. *Journal of Communication*, 54 (1), p. 71-87.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Buenos Aires: Paidós.
- Lang, G. & Lang, K. (1966). The mass media and voting (p. 455-472). En: Berelson, B. & Janowitz, M. (eds.). *Reader in public opinion and communication*. New York: Free Press.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Macmillan.
- López Escobar, E.; McCombs, M. & Rey Lennon, F. (1996). La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 9 (1), p. 39-65.
- Mastrini, G. (2010). Regulación de las comunicaciones (p. 267-278). En: Aronskind, R. & Vommaro, G. (eds.). *Campos de batalla: las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*. Buenos Aires: Prometeo; Universidad Nacional de General Sarmiento.
- McCombs, M. (1992). Explorers and surveyors: expanding strategies for agenda-setting research. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 69 (4), p. 813-824.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, p. 176-187.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1993). The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, 43 (2), p. 58-67.
- Mogaburo, Y. & Pucheta, L. (2008). *Discurso e ideología en la prensa: construcción de las representaciones en las retenciones móviles*. Trabajo presentado en el XIV Congreso RedCom. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Mora Salas, M. (2004). Hacia una visión sociológica de la acción económica: desarrollos y desafíos de la sociología económica. *Cuadernos de Ciencias Sociales*, 134 (24), p. 37-64.
- Muñiz, C.; Ramírez, J. & Castillo, J. M. (2008). *¿Qué imagen ofrecen los periódicos mexicanos de las empresas españolas inversoras en México?: una propuesta para analizar la carga emotiva de las noticias*. Trabajo presentado en el First European-Latin American-Caribbean International Management Conference: "European and Latin American-Caribbean strategic partnership: unleashing the potential". Monterrey: Universidad de Monterrey.
- Nelson, T. E.; Lecheler, S.; Schuck, A. R. T. & de Vreese, C. (2012). *Framing effects on values, emotions, and attitudes*. Trabajo presentado en el 2012 Meeting of the Western Political Science Association. Portland: Western Political Science Association.
- Neuman, W. (1990). The threshold of public attention. *Public Opinion Quarterly*, 54 (2), p. 159-176.
- Odrizola Chené, J. (2012). Cibermédios y "agenda-setting": la configuración de la agenda mediática internacional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18 (1), p. 157-171.
- Roberts, D. (1972). *The nature of communication effects*. En: Schramm, W. & Roberts, D. (eds.). *The process and effects of mass-communications*. Chicago: University of Illinois Press.
- Rubinzal, D. L. (2008). *Los derechos a las exportaciones como herramienta de política económica*. Buenos Aires: Instituto de Estudios de las Finanzas Públicas Argentinas (IEFPA).
- Teubal, M. & Palmisano, T. (2010). El conflicto agrario: características y proyecciones (p. 193-252). En: Giarracca, N. & Teubal, M. (eds.). *Del paro agrario a las elecciones de 2009: tramas, reflexiones y debates*. Buenos Aires: Editorial Antropofagia.
- Wanta, W. (1997). *The public and national agenda: how people learn about important issues*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Watt, J.; Mazza, M. & Snyder, L. (1993). Agenda-setting effects of television news coverage and the effects decay curve. *Communication Research*, 20 (3), p. 408-435.

Zhu, J. (1992). Issue competition and attention distraction: a zero-sum theory of agenda-setting. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 69 (4), p. 825-836.

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 No 125/08 en los diarios Clarín y Página/12* [tesis]. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

## Contacto

**Esteban Zunino**

estebanzunino@hotmail.com