

“Queremos los medios en manos de empresarios nacionales”. Un análisis del discurso de Néstor Kirchner en la prensa escrita

*Bernadette Califano**

Recibido: 30/05/11

Aprobado: 03/06/11

* Doctoranda en Ciencias Sociales y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Es becaria doctoral del CONICET y docente regular de la materia Políticas y Planificación de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

Resumen:

El objetivo de este trabajo es analizar comparativamente el modo en que la prensa gráfica de circulación nacional construyó en noticia el discurso pronunciado por el ex presidente Néstor Kirchner en ocasión de la promulgación de una medida de política de comunicación. Se trata del decreto firmado por el ex primer mandatario el 20 de mayo de 2005, que dispuso la suspensión del cómputo de todas las licencias de radio y televisión del país por un plazo de diez años. El estudio de las noticias se aborda desde una perspectiva interdisciplinaria que combina el análisis del discurso con herramientas metodológicas propias de las teorías sobre el periodismo.

Palabras clave:

noticia, prensa escrita, discurso político, política de comunicación, análisis de discurso.

Key words:

news, press, political discourse, communication policy, discourse analysis.

Abstract:

This paper aims to analyse and compare the national press coverage about the public discourse pronounced by former President Néstor Kirchner after enacting a communication policy measure. By signing a decree on May 20, 2005, Kirchner has suspended the computation of all the country's broadcasting licences for ten years. The analysis of the news is approached by an interdisciplinary perspective which combines discourse analysis with methodological tools from journalism theories.

1. Introducción

En este trabajo se analizará la construcción noticiosa realizada por distintos medios gráficos nacionales del discurso político pronunciado por el ex presidente Néstor Kirchner en Casa de Gobierno en mayo de 2005, en ocasión de la firma de un decreto de necesidad y urgencia (DNU) que extendió los plazos de vencimiento de todas las licencias de radio y televisión del país por diez años. La implementación del Decreto N° 527/05 se inscribe en el marco de la política de comunicación¹ llevada adelante por el gobierno de Kirchner entre 2003 y 2007, y representa una de las tantas modificaciones efectuadas sobre la Ley de radiodifusión promulgada por la última dictadura militar, que estuvo vigente en el país durante casi treinta años. Se trata de una medida que reviste particular relevancia puesto que ha coadyuvado en la concentración económica de la propiedad de los medios en la Argentina² y porque sus efectos se extienden hasta hoy, ya que no ha sido derogada con la promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el año 2009.

El objetivo de este artículo apunta a analizar las estrategias discursivas empleadas por la prensa escrita en la construcción de noticias acerca de la implementación de una medida en materia de política de comunicación, con particular énfasis en la imagen que construyen en la representación del discurso político de Néstor Kirchner.

¹ Se entiende por política de comunicación al conjunto de acciones (u omisiones) que representan determinada forma de intervención estatal en materia de comunicación, a fin de elaborar una serie de normas que regulen el funcionamiento de los medios de difusión masiva en un Estado determinado (Califano, 2009b).

² Hemos trabajado sobre este tema en Califano (2009b).

2. Marco teórico-metodológico

Para analizar la interrelación que tiene lugar en las superficies discursivas de los diarios entre el discurso informativo, el discurso político y el discurso legislativo, creemos necesario definir estos conceptos.

Partimos de la noción foucaultiana que entiende al discurso como “aquello por lo que y por medio de lo cual se lucha” (Foucault, 1973: 15). Es decir, sostenemos que existe una estrecha relación entre discurso y poder, en tanto los discursos tienen el poder de implantar “régimenes de verdad” (Foucault, 1979). Se trata de realidades materiales (cosa pronunciada o escrita) que no solo son objeto y espacio de luchas políticas sino también ideológicas.

Las noticias constituyen un tipo particular de discurso ya que suponen la construcción de una parte de la realidad social que posibi-

lita a los individuos el conocimiento de un mundo al que no pueden acceder de manera directa (Martini, 2000). Dicha construcción es el resultado de una selección previa que involucra la elección de ciertos acontecimientos “noticiables” en detrimento de otros, por medio de una tarea conocida como *gatekeeping*³ a partir de la cual la información indeseada es filtrada o dejada del otro lado de la “puerta de acceso”, siguiendo no solo los valores del periodista que elabora la noticia sino también las presiones de editores, propietarios de medios, anunciantes e instituciones de poder. Es decir, se trata de una construcción para nada inocente, en tanto supone ignorar ciertos hechos e imponer otros, generando noticias que “componen la realidad más allá de reproducirla” (Baquerin, 2008: 11).

En palabras de Martín Barbero (2002: 79): “los hechos no hablan sino convertidos en noticia, esto es puestos en discurso. La prensa demuestra cada día que el sentido no existe sin la forma y que toda forma es una imposición de sentido”. Pero el sentido de una noticia es complejo, puesto que no solo depende de la comprensión de un código lingüístico compartido por los hablantes, sino que todo uso de signos conlleva una valoración axiológica, una acentuación social (Voloshinov, 1976), que en su circulación producirá efectos de sentido no previstos desde las gramáticas de producción (Verón, 1987a).

Consideramos relevante partir de estos postulados al analizar el discurso de los medios de comunicación puesto que, en general, estos suelen presentarse a sí mismos como simples “intermediarios neutros” entre los acontecimientos y los lectores/audiencia, con la función es mostrar al público “la realidad.” Este ocultamiento de la noticia como construcción supone incurrir en lo que Rodrigo Alsina (1996) denomina “ritual estratégico”: por medio de la utilización de lexemas poco marcados subjetivamente, la inclusión de la voz del otro mediante el uso de comillas y el señalamiento de fuentes, se intenta generar un efecto de objetividad, que encubre el hecho de que no existe el discurso objetivo más que como un efecto de sentido, producido intencionalmente por un locutor⁴ que prefiere no mostrarse al construir un enunciador imparcial (Kerbrat-Orecchioni, 1993).

Con relación al discurso político, Raiter y Menéndez (1986) señalan que su especificidad está dada por presentar dos rasgos que suponen una intersección con el discurso de la publicidad y con el discurso de la historia: con relación al primero, el discurso político se caracteriza por “el poder del saber (enunciar)”, que supone la función de persuasión, desde el lugar del poder, para obtener en los destinatarios un cambio de conductas, creencias o

³ El concepto de *gatekeeping* (cuidado de la puerta o del acceso) fue acuñado por Kurt Lewin en 1947 en el campo de la psicología y aplicado a la práctica periodística por David White, para referirse a las instancias que traban o demoran la fluida circulación de información (Martini, 2000).

⁴ Utilizo la noción de *locutor* de Oswald Ducrot (1984), quien distingue al *hablante empírico* (elemento de la experiencia) del *locutor* (ser de discurso a quien se le imputa la responsabilidad del enunciado).

actitudes; y, con relación al segundo, posee la particularidad del “saber del poder (enunciar)”, que implica un saber que fija nuevos parámetros a partir de la implantación de una nueva situación discursiva. En un trabajo posterior, Raiter (2009) señala que dichas propiedades serían comunes también a otros tipos de discursos, como los pedagógicos o académicos, por lo que propone el concepto de “discurso público político” (en adelante, DPP) para caracterizar a aquel producido en un evento comunicativo que cuenta con un único emisor responsable (quien posee un rol social aceptado como líder de una agrupación política o social) y con numerosos participantes, cuyo fin es producir un cambio y/o confirmación de conductas y actitudes a partir de la presentación de una pararealidad discursiva.

Una de las características más sobresalientes del discurso político es su dimensión polémica, en tanto supone la construcción de un adversario. En palabras de Verón: “todo acto de enunciación política supone necesariamente que existen otros actos de enunciación, reales o posibles, opuestos al propio. En cierto modo, todo acto de enunciación política a la vez es una réplica y supone (o anticipa) una réplica” (1987b: 16).

Con respecto al discurso legislativo, este ha sido considerado tradicionalmente como un discurso “sin sujeto” y “tranhistórico”, y su significado, solo interpretable a través de la “interpretación jurídica” (Bourcier, 1979, cit. en Contursi, 2003). Se trata de discursos que funcionan socialmente como autoridad ligada a una fuente legitimante: el derecho como principio general que se materializa en normas. En nuestro caso de análisis, un DNU, texto primero pero no fundador en tanto remite al “architexto” de la Constitución Nacional (CN), donde se enumeran las atribuciones del Poder Ejecutivo Nacional (PEN), entre las que se encuentra la facultad de dictar decretos de necesidad y urgencia en acuerdo general de ministros “solamente cuando circunstancias excepcionales hicieran imposible seguir los trámites ordinarios previstos por esta Constitución para la sanción de las leyes” (art. 99 inc. 3), el que luego deberá ser refrendado por una Comisión Bicameral Permanente en el Congreso de la Nación (art. 100, inc. 12 y 13 de la CN).

2.1. Herramientas para el análisis

Para el análisis de las noticias periodísticas aplicaremos herramientas metodológicas provenientes tanto de la lingüística como

de las teorías sobre el periodismo. Las primeras nos permitirán estudiar las operaciones de sentido presentes en el corpus de análisis y dar cuenta de la mutua implicación existente entre determinada organización lingüística de elementos y una mediación de lo social, a través de discursos que no *reflejan* una realidad exterior sino que la *refractan* (Voloshinov, 1976), es decir, la modifican en el mismo proceso de representación. Las segundas serán útiles para entender qué rol juegan las rutinas periodísticas en la construcción de las noticias y cuál es la relevancia que cada diario le otorgó al mismo acontecimiento.

Se intentará focalizar el análisis lingüístico allí donde se han producido más transformaciones sobre las proposiciones básicas (Hodge y Kress, 1979).⁵ Se buscarán en los textos marcas lingüísticas que indican claves para su interpretación, tales como posiciones de enunciador, índices de la deixis, subjetivemas,⁶ modalidades, uso de conectores, nominalizaciones y presuposiciones.⁷ Se analizará también el empleo de la polifonía⁸ y el interdiscurso, para establecer de qué manera un discurso responde o contradice a otro, y qué se da por sabido en el sistema de creencias de los destinatarios.

Asimismo, se tendrán en cuenta algunos elementos de análisis propios de las teorías sobre el periodismo, entre los cuales se hallan:

- El encuadre noticioso o *news frame*, es decir, el enfoque o idea central organizadora que brinda elementos para una interpretación predominante del tema⁹ por parte del público. Para ello, se analizarán los titulares, volantas, bajadas y/o copetes,¹⁰ y cabezas informativas de las noticias.
- Las distintas secciones en las que se publicaron las noticias, en tanto indicativo del carácter de la cobertura.
- Las fuentes a las que se recurre.
- La relevancia mediática otorgada al tema, medida en función de la frecuencia, según la cantidad de apariciones, y de la jerarquía noticiosa, según la ubicación de las noticias (si aparecían o no en tapa, y en qué páginas en el cuerpo del diario), la disposición de los artículos, su tamaño, y la inclusión o no de imágenes, gráficos o infografías.

Con este análisis se espera obtener un conocimiento más acabado acerca del modo en que las disputas por el sentido se manifiestan en la superficie discursiva de la prensa gráfica en torno de

⁵ Las operaciones de transformación que los hablantes realizan sobre las formas básicas del lenguaje cumplen las funciones de economía y distorsión. Ninguna de estas transformaciones es inocente sino que siempre implican exclusión o reordenamientos, y significados que se alteran en el pasaje de la estructura profunda a la superficial (Hodge y Kress, 1979).

⁶ Kerbrat-Orecchioni (1993) define los subjetivemas como elementos con carga subjetiva, a partir de los cuales un enunciador asume explícitamente su opinión.

⁷ Levinson (1983) define a la presuposición como “aquello que no se discute”, en tanto aparece como “telón de fondo”, “en segundo plano”.

⁸ “El término polifonía recubre las variadas formas que adopta la interacción de voces dentro de una secuencia discursiva o de un enunciado” (Arnoux, 1990).

⁹ Si bien no seguiremos particularmente la propuesta de análisis de las noticias de Van Dijk, retomamos su noción acerca de la estructura temática de una noticia: “el lector debe inferir los temas a partir de un *input* detallado de los titulares, las cabeceras y las proposiciones respectivas,” puesto que “el discurso periodístico se

organiza de manera tal que la información más importante o relevante se pone en la posición más destacada, tanto en el texto tomado como un todo como en las oraciones” (Van Dijk, 1990: 70-71). El autor sostiene que para analizar los procesos de comprensión de las noticias por parte de los lectores, el primer paso es “la decodificación e interpretación de los titulares” (Van Dijk, 1990: 204), ya que las estrategias de lectura se focalizan primero allí.

¹⁰ La combinación volanta/título/bajada se articula como una unidad informativa, es decir, los tres elementos enuncian, ubican y desarrollan los datos esenciales del acontecimiento. El título debe enunciar claramente el hecho; la volanta (colocada siempre por encima del titular, con un tamaño de letra menor) ubica y anticipa sobre lo que informa el título, brinda una definición temática y puede agregar información; y la bajada (colocada siempre debajo del título) tiene una relación de continuidad de lectura con el aquel y desarrolla lo esencial de la información contenida en la noticia (*Clarín*, 1997).

¹¹ Ampliamos y profundizamos este tema en Califano (2009a; 2009b).

la construcción de noticias sobre medidas de política de comunicación.

3. Coyuntura en la que se producen los discursos de análisis

El 25 de mayo de 2003 asumió la Presidencia de la Nación Néstor Kirchner, tras la renuncia de Carlos Menem a participar del balotaje previsto para el 18 de dicho mes en tanto ninguno de los candidatos había logrado obtener el 45 por ciento de los votos requeridos por la legislación electoral argentina para ganar las elecciones presidenciales.

La ley que en ese momento regía el funcionamiento de la radio y la televisión en el país (N° 22.285) había sido promulgada por la última dictadura militar (1976-1983) y establecía un marco legal autoritario y obsoleto para regular la comunicación en el siglo XXI. El Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), autoridad de aplicación de la ley, se encontraba intervenido desde 1983, dado que su artículo 96 establecía que su directorio debía integrarse —entre otros— por tres miembros de las Fuerzas Armadas, lo que hizo imperiosa la toma de dicha medida con el retorno de la democracia, permitiendo además el sucesivo control del organismo por parte de interventores que respondían al Poder Ejecutivo Nacional.

Dentro de las principales medidas implementadas durante el gobierno de Néstor Kirchner en materia de política de comunicación se hallan una serie de disposiciones que directa o indirectamente favorecieron a los grandes conglomerados mediáticos presentes en el país, contribuyendo de este modo a profundizar la concentración económica en el área.¹¹ En este sentido, en junio de 2003 se promulgó la Ley de Protección de Bienes y Patrimonios Culturales N° 25.750, que evitó legalmente que los grandes multimedios endeudados en dólares fueran absorbidos por sus acreedores externos, por medio del establecimiento de un tope del 30 por ciento a la propiedad extranjera en medios de comunicación nacionales y del “salto” al mecanismo de *cram down* previsto en la Ley de Quiebras para estas empresas.

Por otra parte, el vencimiento de las licencias de los canales capitalinos de televisión abierta 11 y 13 estaba estipulado para principios de 2005, pues habían sido adjudicadas en 1989. Según el art. 41 de la Ley 22.285, las licencias de radio y televisión se concedían por un período de quince años, a contarse desde el ini-

cio de las transmisiones, con una única posibilidad de prórroga por diez años más, previa constatación del cumplimiento por parte de los licenciatarios de lo establecido en los pliegos originarios de adjudicación, de las obligaciones contraídas y de la legislación vigente. A fines de 2004 el interventor del COMFER firmó dos resoluciones que extendieron la titularidad de las licencias de Canal 13 (a favor de ARTEAR S.A.) y Canal 11 (a favor de Televisión Federal S.A., en manos del Grupo Telefónica), hasta el 14 de enero de 2015, sin revisar lo actuado por los licenciatarios. Las licencias de los canales abiertos 9 y 2 habían recibido sendas prórrogas, de manera análogamente “automática”, en abril de 1998 y diciembre de 2002, respectivamente.

Al promediar su mandato, el 20 de mayo de 2005 Néstor Kirchner firmó el DNU N° 527, que estableció la suspensión del cómputo de los plazos de las licencias de los servicios sonoros, televisivos y complementarios de todo el país por un lapso de diez años. En otras palabras, ante la imposibilidad legal otorgar nuevas prórrogas a los licenciatarios de radiodifusión por otra década, se introdujo una suerte de “ficción jurídica” que implantó la detención del conteo, de modo tal que se reanudase una vez vencido el plazo de suspensión citado, es decir, en el año 2015. Lo cierto es que, pese a haberse promulgado invocando razones de “necesidad y urgencia”, el expediente de trámite para la sanción de esta medida se inició en el año 2003 en el COMFER –durante la presidencia de Eduardo Duhalde–, por pedido expreso de las empresas licenciatarias, y circuló entre distintas dependencias estatales durante dos años para terminar promulgándose por decreto en mayo de 2005 (Califano, 2009a; 2009b).

Según se señala en los considerandos de esta normativa, su sanción se sustenta en una “emergencia comunicacional”, ya que “pese a haberse superado la etapa más difícil de la crisis, la situación de los medios audiovisuales necesita un horizonte de previsibilidad que involucre los plazos mínimamente necesarios para recomponer su situación económico-financiera”.¹² El DNU establece que los licenciatarios deberán, en un plazo de dos años, elevar al COMFER un “espacio de programación que contribuya a la defensa de la cultura nacional y a la educación de la población”, junto con “un plan que prevea la incorporación de nueva tecnología, como la digital”.¹³ En un breve acto llevado a cabo en el Salón Blanco de la Casa Rosada, con la presencia de empresarios de radio y televisión, Néstor Kirchner pronunció un discurso en el que justificó la implementación de esta medida.

¹² Decreto 527/05 P.E.N., B.O. 24/05/2005.

¹³ Art. 3º, Decreto 527/05 P.E.N., B.O. 24/05/2005.

Esta es la coyuntura en la que se producen los discursos que analizaremos en este trabajo.

4. Análisis

Se analizarán las noticias publicadas por cuatro diarios de circulación nacional acerca de la firma del Decreto 527 y del discurso público político pronunciado por Néstor Kirchner en Casa de Gobierno el 20 de mayo de 2005. El corpus de análisis se construye con las noticias publicadas por *Clarín*, *La Nación*, *Página/12* y *El Cronista Comercial* entre el 21 y el 23 de mayo de 2005. El recorte de las fechas se debe a que entendemos que el valor principal de toda noticia radica en su rasgo de “novedad”, por lo que aparece en un diario al día siguiente de producido el acontecimiento. Se extiende el recorte hasta el lunes 23 de mayo dado que los diarios de corte económico no se publican los fines de semana.

4.1. El discurso público político de Kirchner

Antes de abocarnos al análisis de los discursos periodísticos, comenzaremos reproduciendo los párrafos del discurso público político pronunciado por Néstor Kirchner que condensan los argumentos esgrimidos para tomar esta medida y que serán retomados luego por los medios de comunicación en la construcción de las noticias.

- 1) “Más allá de los análisis coyunturales, de las pasiones cotidianas, de la lucha que queremos todos por una Argentina diferente y distinta, somos absolutamente conscientes que el huracán que arrasó la Argentina también golpeó fuertemente a los dueños de los medios nacionales argentinos y que en muchos casos quedaron en una situación de desprotección muy fuerte. Posteriormente, sufrieron los efectos de la caída de la Argentina. Como bien expresaba el Jefe de Gabinete, sufrieron la pérdida de mercados, de recursos, que realmente los llevaron a una situación angustiosa allá por el año 2002”.
- 2) “Así que visión estratégica, recuperación de la plena tranquilidad de que no se van a encontrar con ninguna cuestión que, a veces, los ha sabido sorprender en este país y por supuesto

la consolidación de medios nacionales. Nosotros así como queremos empresarios nacionales en todas las áreas, queremos que los medios estén en manos de empresarios nacionales como pasa en todos los países serios del mundo”.

- 3) “Nosotros aspiramos realmente a que ustedes puedan invertir sabiendo que hay un país previsible, que hay un país serio, que es un país que definitivamente ha tomado un rumbo, más allá de los matices que pueda tener la alternancia de la gobernabilidad, y con el canje logrado –esperemos que no tengamos más trabas de tipo judicial– también hemos generado la viabilidad de que un endeudamiento del Producto Bruto Argentino que tenía un promedio del 170 por ciento, pasa a un 80 ú 82 por ciento, cosa que también hace a la viabilidad de esta Argentina”.
- 4) “Con esto, señores, nosotros queremos contribuir a darles previsibilidad, seriedad y tranquilidad y a compartir un sueño con ustedes. Esto lo decimos también desde lo más profundo: que cuando en el tiempo de la historia se analicen las determinaciones que se fueron tomando, esperamos que realmente hayamos logrado en la Argentina, como sucede en otros países, que los medios estén en manos de empresarios argentinos. Los tuvimos muy cerca y todavía no aventamos por allí todos los riesgos de que nuestros medios hubieran pasado a otras manos. Dios quiera que definitivamente, con todas las medidas que estamos tomando y con el avance de la Argentina, esos riesgos definitivamente desaparezcan”.

Los fragmentos los analizaremos discursivamente en los puntos siguientes, según la construcción noticiosa particular efectuada por cada uno de los diarios del corpus de análisis. Aquí solo diremos que la pararealidad discursiva que intenta establecer Kirchner con este DPP puede sintetizarse en los siguientes tópicos:

- La crisis económica argentina afectó a las empresas de medios.
- El gobierno busca la consolidación de medios de comunicación en manos de empresarios nacionales.
- El objetivo es otorgar previsibilidad y tranquilidad a los empresarios para que inviertan.
- El decreto forma parte de un conjunto más amplio de medidas.

Es decir, el eje que el emisor establece a partir del cual se busca discutir no gira en torno de la promulgación de un DNU que modifica a la Ley 22.285 en lo que a la concesión de licencias se refiere, y que permite a los históricos concesionarios de medios audiovisuales continuar diez años más al frente de las emisoras, sino que se justifica en la necesidad de que los empresarios de medios recompongan su situación financiera, inviertan en el país y se logren preservar los medios de comunicación en manos nacionales.

4.2. La construcción periodística de Clarín

Este diario publica la noticia el sábado 21 de mayo en la sección “Sociedad”, página 56. El tema no se menciona en portada y el artículo no lleva firma, pero incluye una fotografía en la que se ven (de izquierda a derecha) a Julio Bárbaro, interventor del COMFER, Aníbal Fernández, jefe de Gabinete de Ministros, y Néstor Kirchner en Casa de Gobierno, con un epígrafe¹⁴ que reza: “Anuncio: Kirchner dijo que quiere otorgarle previsibilidad al sector”. A diferencia de la nota, se aclara la firma del autor de la foto.

El foco del artículo puede entreverse ya desde su título: “Prorrogan las licencias de radio y TV en todo el país”. Es decir, hay una elisión del agente que permite focalizar en la prórroga y omitir “quién” ejecuta la acción. La volanta agrega solo la siguiente información: “Por diez años” y el artículo carece de bajada.

En este título se ha producido una transformación de la siguiente forma básica: “Alguien prorroga las licencias de radio y televisión en todo el país”. En términos de Hodge y Kress (1979), las transformaciones cumplen dos funciones: economía y distorsión. En este caso, si tenemos en cuenta que las rutinas periodísticas conllevan muchas veces la necesidad de acortar caracteres—sobre todo en los títulos— por una necesidad de espacio gráfico, podemos decir que juega la función de economía. Ahora bien, si consideramos que no es un hecho menor el que la prórroga se haya producido por medio de un DNU, facultad del PEN que conlleva falta de debate parlamentario sobre la medida, la función de distorsión cobra relevancia, ya que en esta oración no es posible recuperar el agente y no queda claro cuál fue el proceso que llevó a la prórroga.

¹⁴ Los epígrafes de las fotografías también constituyen una de las primeras entradas del lector a la página, con una relevancia equivalente a los elementos del titulado. Se dividen en dos partes: una ubicación breve de la imagen fotográfica que funciona como título del epígrafe y se escribe en negrita, y un enunciado que se refiere a la foto y agrega información no contenida en la volanta, título o bajada (*Clarín*, 1997).

La cabeza informativa de la breve noticia es la siguiente: “Mediante el decreto 527, el presidente Néstor Kirchner dispuso la prórroga por el término de 10 años de las licencias a sus actuales concesionarios de servicios de radio y televisión”.

Si bien aquí se explicita que la medida se tomó por decreto, nada se dice acerca de los motivos de su implementación ni se aclara en ningún momento –en toda la nota– que se trató de una medida tomada invocando razones de “necesidad y urgencia” que hicieron imposible seguir los trámites previstos en la Constitución Nacional para la sanción de las leyes.

Las fuentes citadas en el artículo son el Decreto 527 y algunas frases pronunciadas por Néstor Kirchner y Aníbal Fernández cuando se anunció la firma de la medida en Casa Rosada. Al citar los dichos del presidente de la Nación, en todos los casos se lo hace precedido por variantes del verbo introductorio “decir”:

- i) “Kirchner dijo sentirse reconfortado porque ‘no va a haber ningún tipo de sorpresas. Aspiramos que inviertan sabiendo que hay un país previsible’.”
- ii) “Kirchner dijo que el objetivo de la medida es otorgarle ‘previsibilidad’ a la actividad del sector y ‘favorecer las inversiones’.”
- iii) “Finalizó su discurso diciendo que tenía un sueño: ‘Que hayamos logrado que los medios estén en manos argentinas’.”

Al comparar estas citas con el discurso público político pronunciado por Kirchner (cfr. apartado 4.1.) descubrimos que ninguna es textual, pese al entrecomillamiento que realiza el emisor. Podemos decir, junto con Rodrigo Alsina (1996), que se incurre en el “ritual estratégico” propio de los medios de comunicación que supone incluir la voz del otro mediante el uso de comillas y el señalamiento de fuentes, en el marco del “concepto capitalista de objetividad”. La fuerte presencia de fuentes oficiales se debe no solo a las rutinas productivas del periodismo (son más fáciles de ubicar y están interesadas en que su punto de vista aparezca), sino a que también contribuyen a darle verosimilitud a la noticia (Martini y Gobbi, 1997). Las frases han sido seleccionadas especialmente y el hecho de que no sean textuales refuerza la noción de “construcción” que supone toda noticia.

En el fragmento [i] el diario solo retoma la noción de “sorpresa” del DPP (cfr. párrafo [2] apartado 4.1.) que aquí analizare-

mos.¹⁵ Kirchner les asegura a los destinatarios que, con la sanción de esta medida, “no se van a encontrar con ninguna cuestión que, a veces, los ha sabido sorprender en este país”.

Aquí aparece la función de persuasión propia del DPP: se trata de una promesa (no habrá sorpresas, modalidad programática del enunciado) que busca un cambio de actitudes o conductas (la tranquilidad) por parte de los destinatarios (empresarios de medios). En términos de Verón (1987b), podemos decir que el enunciador se dirige a un “paradestinatario” a quien debe convencer acerca de que la medida tomada (DNU) le otorgará “tranquilidad” para implementar una “visión estratégica”. Se apela a un conocimiento compartido que no se explicita y que remite a un sistema de creencias que requiere de una operación mental por parte de los destinatarios para completar el sentido del enunciado: el enunciador afirma (modalidad declarativa, constatación de una situación desde el lugar del saber-poder) que en el pasado los empresarios han sido sorprendidos por “alguna cuestión” que no se aclara. La implicatura que requiere de un cálculo inferencial por parte de los destinatarios es que el decreto se firma para “recuperar la plena tranquilidad [perdida]”: durante diez años no deberán preocuparse por el fin de las licencias de radiodifusión puesto que se suspende su conteo hasta entonces.

En los extractos [ii] y [iii] se retoman partes de los citados párrafos [3] y [4] del DPP de Kirchner (cfr. apartado 4.1.). Aquí hay una primera persona del plural (nosotros, el gobierno del que Kirchner se erige en representante) que se dirige a una segunda del plural (ustedes, los empresarios de medios de comunicación presentes en el aquí y ahora del acto de enunciación). Aparece la función de persuasión propia del DPP en tanto se espera obtener de los destinatarios un cambio de conductas: con esta medida el gobierno busca darles a los empresarios “previsibilidad, seriedad y tranquilidad” para que inviertan en el país, “sabiendo que hay un país previsible, que hay un país serio, que es un país que definitivamente ha tomado un rumbo”. Y también la función polémica, que supone o anticipa una réplica en la red de discursos: Kirchner contesta o refuta aquellos discursos que sostienen que Argentina no es un país serio ni previsible, por lo que no se puede invertir en él.

¹⁵ En el apartado 4.3. analizaremos el resto de la cita, retomada por el diario *La Nación*.

La pararealidad que el discurso instituye se relaciona con el modo en que se busca que “la historia” juzgue la medida tomada: como aquella que busca evitar cualquier posibilidad de que los medios de comunicación pasen a manos extranjeras. “Los tuvi-

mos muy cerca”, afirma Kirchner sin mencionar a los capitales extranjeros, aunque explícitamente se refiere a “otras manos”, que es efectivamente con lo que la medida contribuye: si los medios quedan en manos de los mismos licenciatarios por diez años más, es imposible que ningún otro sector social – ya sea de capital nacional o extranjero– acceda a la posibilidad de ser concesionario algún servicio de radiodifusión cuya licencia estaba próxima a vencer antes de la implementación del decreto.

El enunciador aclara que se trata de un “sueño”, un anhelo que el gobierno quiere “compartir” con los empresarios mediáticos, casi un ruego (“Dios quiera”), para lo que se toma esta medida en el marco de un conjunto de disposiciones (“las determinaciones que se fueron tomando”; “con todas las medidas que estamos tomando”) que se presupone apuntan todas al mismo fin: “la viabilidad de esta Argentina”. El adversario construido en este discurso es aquel que no apoya estas medidas, porque se opone al “avance de la Argentina”.

Si tenemos en cuenta que una de las funciones del periodismo, además de seleccionar los acontecimientos noticiables, es contextualizar los sucesos y otorgarles un marco interpretativo, en este caso el periodista se corre de dicha función, apelando únicamente al recurso del discurso directo e indirecto. El emisor en ningún momento explica por qué se promulga el decreto en ese momento histórico particular, para qué se necesita la citada “previsibilidad”, a qué países alude Kirchner cuándo se refiere a “otros países”, cuáles son las características del mapa mediático en Argentina, qué otras medidas de política de comunicación tomó el gobierno, qué “cuestiones” pueden “sorprender” a los empresarios, quiénes son los licenciatarios beneficiados con la medida, etc. Además, la falta de firma del artículo y la clara ausencia de lexemas con marcas de subjetividad permite inferir que el objetivo general del enunciador es borrar todo tipo de marcas de la enunciación, por lo que no es posible atribuir la responsabilidad del discurso a un sujeto particular.

Luego de citar de manera similar los dichos expresados por Aníbal Fernández en el acto en Casa de Gobierno, se reproducen fragmentos del artículo 3 del Decreto 527, donde se explicitan las “contrapartidas” requeridas para los licenciatarios: “elevar al Confederal [*sic*] un plan que prevea la incorporación de tecnología digital que implique mejora e innovación en los servicios que presta” y “un espacio de programación que contribuya a la defensa de la cultura nacional y a la educación de la población”. En

este caso, y pese a ser lo menos relevante del decreto, las citas –salvo por los errores– sí son textuales.

En síntesis, el diario *Clarín* le otorga muy poca relevancia mediática a la promulgación del Decreto 527, ya que lo ubica en las páginas finales del diario, en una sección que nada tiene que ver con la política de comunicación del Gobierno, y no se registran nuevas apariciones del tema en las ediciones de los días subsiguientes. Concluimos que este discurso periodístico contribuye a difundir la pararealidad discursiva que el DPP de Kirchner quiere instaurar, por medio de la presencia de enunciados referidos en estilo directo especialmente seleccionados, el recurso a las fuentes oficiales como únicas voces citadas, la construcción de una enunciación objetiva marcada por la ausencia de subjetivas, y el corrimiento de la función de interpretación y contextualización del acontecimiento por parte del emisor.

4.3. La construcción periodística de *La Nación*

La Nación publica la noticia de la promulgación del decreto el sábado 21 de mayo en la tapa del diario y en la sección “Cultura”, página 16. El artículo lleva la firma de la periodista Susana Reinoso e incluye una infografía, donde se explican las implicancias del Decreto 527, cuáles son las principales emisoras de televisión y radio beneficiadas, quiénes son sus respectivos accionistas, y cuáles los antiguos y nuevos plazos de vencimientos de licencias.

Estas marcas, junto con el título de la noticia (“Kirchner prorrogó la concesión de las licencias de radio y TV”), su bajada (“Hadad mantendrá el Canal 9 hasta el año 2019; *Clarín*, hasta el 2025 con el 13”) y copete (“El Presidente defendió los medios en manos de empresarios nacionales. Telefó seguirá en manos de Telefónica hasta 2025 y Manzano, Vila y Ávila concentrarán América hasta 2022”) señalan que el foco estará puesto en el “quién”, tanto en lo que se refiere al responsable de la acción como a sus beneficiarios.

Con relación al cotexto –es decir, el entorno verbal en el que aparece el artículo–, a la derecha de esta nota se publica otra titulada “Crece la inquietud por los contenidos de la radiodifusión” que trata sobre la “degradación” de los contenidos de los programas televisivos y radiales, apelando a la opinión de intelectuales y representantes de sectores culturales. Con esta

inclusión se fomenta en el lector un proceso inferencial a partir de colocar en relación de contigüidad este artículo con el anterior: la programación actual es calificada como “decadente” y causal del “progresivo deterioro de la cultura nacional”, mientras que los permisionarios de las emisoras que emiten dichos programas reciben un “período de gracia” (tal como se explica en la infografía) de diez años para que “recompongan su situación económica”.

“El Gobierno prorrogó ayer, de hecho, por 10 años más todas las licencias de TV abierta, de radio y TV por cable, al suspender los plazos en curso por ese lapso” es el encabezado de la nota. En términos de Hodge y Kress (1979), aquí se pone en juego un modelo transactivo, en tanto hay un agente causante de la acción (el Gobierno, presentado como una unidad homogénea) y un objeto afectado (las licencias) por una acción (el acto de prorrogar). El acento valorativo (Voloshinov, 1976) está puesto en que el gobierno, representado por la figura de Kirchner (sobre la base de lo que se desprende del título y del copete), prorrogó “de hecho” (es decir, no se explicita el proceso involucrado que implica la firma de un DNU, facultad constitucional del PEN, sino que se sugiere que se trata de una toma de decisión autoritaria), por “diez años más” (lo que presupone que ya se habían otorgado otras prórrogas anteriores) todas las licencias de radiodifusión al suspender los plazos en curso.

La noticia continúa con la presentación de algunas marcas que permiten concluir que el enunciador que se construye en este texto cumple una función “pedagógica”.¹⁶

Vale decir que a los 15 años concedidos por ley, más la prórroga automática de 10 más, cabe agregar ahora otro plazo igual. La situación puede sintetizarse de este modo: la emisora que atraviesa condiciones más comprometidas, resultará la más beneficiada. ¿Por qué? La prórroga permite que se incremente el valor de las compañías (o los activos) al gozar de mayor estabilidad, lo que mejora las posibilidades de negociación de las empresas con abultadas deudas.

Se trata de un enunciador que posee un conocimiento específico sobre el tema y que reformula (“Vale decir”) y explica lo que afirma (“La situación puede sintetizarse de este modo”), construyendo un enunciatario desconocedor del tema. Además, analiza lo “no dicho” (Ducrot, 1984) en el DPP de Kirchner ni en el texto del decreto, es decir, quienes serán los principales beneficiarios

¹⁶ Tomo esta noción de la de “discurso pedagógico” de Eliseo Verón (1985), quien la utiliza para analizar el “contrato de lectura” de distintos títulos aparecidos en medios gráficos.

de la medida: las emisoras más comprometidas económicamente que podrán renegociar sus deudas en mejores condiciones. La pregunta que el enunciador expresa (¿Por qué?) es la que estaría haciéndose el lector, luego de leer la afirmación precedente. Puesto que del DPP de Kirchner no se deduce lo mencionado, se construye un enunciador discursivo encargado de “revelar” lo que se oculta tras la medida, con el objetivo de informar al lector.

Con relación a la polifonía, en esta noticia se incluyen varias voces. En primer lugar, la de Néstor Kirchner: “Kirchner advirtió: ‘Queremos los medios en manos de empresarios nacionales como ocurre en los países más serios del mundo’.”

Tras esta frase (cfr. párrafo [2] apartado 4.1.) se pueden recuperar dos formas básicas que constituyen dos afirmaciones del presidente de la Nación:

- i) Nosotros [el Gobierno] queremos los medios [de comunicación] en manos de empresarios nacionales.
- ii) En los países más serios del mundo los medios se encuentran en manos de empresarios nacionales.

La mencionada es la única cita que publica *La Nación* del DPP de Kirchner. Sostenemos que la elección de esta frase en la construcción de la noticia no es casual. A continuación del discurso referido se aclara:

El Presidente lo dijo minutos después de firmar el decreto 527/05, que también extendió la prórroga a dos grupos extranjeros. Son Telefónica –que explota Telefé, Radio Continental y FM Hit (emisoras adquiridas recientemente por el grupo español Prisa), y el grupo mexicano CIE, que explota cinco emisoras AM y FM.

Es decir, Kirchner justifica la toma de esta medida con el fin de que los medios de comunicación permanezcan en manos de empresarios nacionales, como sucede en los países “serios”. Pero la medida favorece también a los grupos extranjeros licenciatarios de medios en Argentina: los españoles Telefónica y Prisa, y el mexicano Grupo CIE. Entonces, el sentido del enunciado que aparece como implícito calculable es que:

- i) Kirchner miente, porque esta medida no se toma para favorecer solo a los empresarios nacionales.
- ii) Argentina no es un país serio.

Sin decirlo de manera explícita, el emisor pone en evidencia la contradicción presente en los argumentos del Presidente. Nótese además que el discurso referido directo se introduce por medio del verbo “advertir”, que conlleva una carga connotativa más fuerte que los derivados de “decir”, estableciendo una distancia mayor del locutor respecto del enunciado referido y orientando al lector sobre cómo deben ser entendidas las palabras del otro.¹⁷

En la segunda parte de la nota se focaliza particularmente en quienes serán los licenciarios más beneficiados con la medida y en las nuevas fechas de caducidad de sus licencias.¹⁸ Además de explicitar estos datos, se citan las voces de los beneficiados, algunos de los cuales minimizan las implicancias del decreto (“Hadad le quitó mérito al asunto”), mientras que otros confiesan: “nos sentimos cómodos con el discurso del presidente” (Walter Burzaco, presidente de la Asociación de Televisión por Cable) o expresan su “beneplácito con el decreto” (Fontán Balestra, presidente de la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas), afirmando que “con este decreto, no habrá que vivir a merced del poder político, ni pedir favores”, lo que presupone un tiempo en el que los empresarios mediáticos (agentes elididos) vivían a merced del poder político y pedían favores. Por otra parte, se introduce información suplementaria que hace hincapié en cercanía entre algunos empresarios de medios y el Gobierno (“Hadad había pedido, en enero último, la prórroga concedida ayer por el decreto presidencial”) y se emplea una modalidad de enunciado de tipo apreciativa por medio de la introducción de adjetivos evaluativos (“Ayer, entre los rostros satisfechos de los principales dueños...”; “Gollán, el poderoso hombre de la TV rosarina [...] estaba exultante”).

En conclusión, el diario *La Nación* otorga una mayor jerarquía noticiosa a la promulgación del Decreto 527, en comparación con otros diarios, a partir de su publicación en portada y la inclusión de una infografía que brinda un despliegue gráfico y esclarecedor del tema, haciendo además atractiva su lectura, con datos que amplían la información brindada. El enunciatario de este artículo postula un discurso pedagógico al comienzo con el objetivo de que el enunciatario comprenda el significado por detrás de la sanción del decreto, y luego apela al recurso de los enunciados referidos en estilo directo de las voces oficiales y de algunos beneficiarios de la medida, para generar cierta construcción de sentido que sugiere que el decreto no se ha implementado para

¹⁷ El mismo verbo es utilizado para introducir los dichos de Alberto Fernández.

¹⁸ Se aclara que Mario Pergolini y Diego Guebel dispondrán de una licencia por 35 años (acaban de obtenerla); Daniel Hadad y Viviana Zocco tendrán Radio 10 por 21 años más; Hadad y Moneta, principales favorecidos ya que Canal 9 se encuentra en concurso de acreedores, mejoran ahora su capacidad de negociación con una licencia hasta 2019; las licencias de Canal 13 (Grupo Clarín) y Canal 11 (Telefé) se extenderán hasta 2025; y la de América, en manos de Ávila-Vila y Manzano, hasta 2022.

favorecer a los medios nacionales —como se implica en la pararealidad discursiva promovida por el DPP de Kirchner— sino para favorecer a los “poderosos” empresarios mediáticos, tanto nacionales como extranjeros.

4.4. La construcción periodística de Página/12

Este diario publica la noticia el sábado 21 de mayo en la sección “Espectáculos”, página 25. El artículo no se menciona en tapa y no lleva firma. Se trata de una nota pequeña en el extremo inferior derecho de la página impar, sin fotografías ni gráficos, rodeada por una entrevista que ocupa la mayor parte de las páginas 24 y 25, realizada al poeta Mario Benedetti con relación a un disco en el que trabajó con el músico Daniel Viglietti y que saldría a la venta al día siguiente con el matutino. Se destacan también un artículo acerca de los premios del Festival de Cannes que se conocerían ese día, y una columna con dos notas breves: una sobre la internación de la cantante Mercedes Sosa y otra acerca de una exposición de fotografías.

Este es el entorno verbal en el que aparece el título: “Una prórroga para la pantalla”. Aquí se ha producido una transformación (la forma básica sería: “alguien prorrogó X”), que incluye un clara supresión del agente y una nominalización que presupone la unicidad tanto de “la prórroga” como de “la pantalla”, así como que la prórroga de las licencias es para la televisión en calidad de sujeto y no para las empresas licenciatarias de emisoras de radio y televisión.

El título está precedido por la siguiente volanta: “Medios. Un decreto renovó las licencias de TV y radio.” Nuevamente se suprime al agente de la acción (el presidente que firma el decreto) y, además, se incurre en una errónea interpretación de la medida, ya que no es posible legalmente “renovar” las licencias según lo establecido por la Ley de radiodifusión vigente, por lo que el Decreto 527 “suspende” su cómputo por un plazo de diez años, algo que tampoco se aclara.

Tras el análisis del titulado, entendemos que el encuadre noticioso apunta a focalizar en la prórroga como medida a favor de la televisión en tanto sujeto, y no en quién ejecuta la acción ni en sus beneficiarios.

“Finalmente, el gobierno nacional decidió renovar la totalidad de las licencias de televisión y radio a los actuales propietarios

por un período de 10 años”, es la primera oración de la cabeza informativa. Ese “finalmente” está presuponiendo que se viene dando un proceso anterior del cual no se da cuenta en el artículo. La posición inicial de este modalizador le da el carácter de “tema”, siendo así el elemento al cual se engancha el resto de la oración o “rema” (Ducrot y Todorov, 1972). En otras palabras, lo que está enfatizado o focalizado en la noticia es que, después de una serie de discusiones o procesos anteriores de los que nada se menciona, el gobierno nacional “renovó” todas las licencias (lo que a su vez presupone que éstas ya existían). Se produce un nuevo error –sumado al ya explicado empleo del verbo “renovar”– que tiene que ver con los beneficiarios de la medida: no se trata de “propietarios” de licencias de televisión y radio, sino de permisionarios o concesionarios, en tanto las frecuencias radioeléctricas son potestad estatal y no propiedad de las empresas mediáticas.

Con respecto a la polifonía, el artículo se caracteriza principalmente por la presencia de intertextualidad con la reproducción de fragmentos del decreto:

A través del decreto N° 527/05, el presidente de la Nación, Néstor Kirchner, decidió suspender “por el plazo de 10 años los términos que estuvieren transcurriendo de las licencias de servicios de radiodifusión o sus prórrogas previstos en el artículo 41 de la Ley N° 22.285 y sus modificatorias.

Tras introducir lo dispuesto por el art. 1° del Decreto 527, se intenta sin éxito construir un enunciador pedagógico que explique las implicancias de lo antedicho:

De esta manera, el Poder Ejecutivo anula los vencimientos y prórrogas futuros de las licencias de los medios de comunicación establecidos en la Ley de radiodifusión vigente, firmada en 1980 por la última dictadura militar.

Sin embargo, en lugar de recalcar que la Ley de radiodifusión vigente sigue siendo la firmada por Videla, Harguindeguy y Martínez de Hoz –con lo que se subrayaría la necesidad de elaboración de una nueva norma–, se destaca que los “vencimientos y prórrogas” de dicha ley han sido anulados, con lo que se presupone el correcto gesto del gobierno al dejar sin efecto una medida tomada por la Junta Militar del Proceso. Pero “anular futuros vencimientos” no es lo mismo que “anular futuras prórrogas”. El

decreto presidencial solo puede regular sobre lo primero, sin suprimir la posibilidad de que más adelante se sancione alguna otra medida que conceda una nueva prórroga a los licenciarios de medios. De esto se desprende nuevamente –y pese a que se lo cita de manera explícita– una mala lectura del decreto, que establece en su artículo 1° la suspensión por el plazo diez años de “los términos que estuvieren transcurriendo de las licencias de servicios de radiodifusión o sus prórrogas [ya concedidas]”.

A continuación se introduce un enunciado referido bajo la forma del discurso directo de las palabras pronunciadas por Kirchner en Casa Rosada el día anterior:

Kirchner justificó la medida ‘teniendo en cuenta la situación particular que han debido atravesar los licenciarios de medios de radiodifusión’, luego de la crisis ‘social, económica, administrativa, financiera y cambiaria’ que atravesó el país desde la devaluación del peso.

Es interesante destacar que el discurso referido aparece marcado por el uso de comillas, frontera nítida entre el discurso citado y el citante, sin formulas introductorias. Por medio de este procedimiento se intenta borrar la subjetividad del enunciadador y producir un efecto de fidelidad al original, al presentar los hechos “tal cual son”, dando la impresión de constituir un discurso veraz. Sin embargo, si comparamos estas frases con el DPP efectivamente pronunciado por Kirchner (cfr. apartado 4.1.), vemos que ninguna coincide exactamente con los dichos del primer mandatario, sino que se trata de una interpretación del periodista que, pese a ello, los entrecomilla. En términos de Van Dijk, se trata de una estrategia de persuasión propia del discurso periodístico que insiste en subrayar la naturaleza factual de los acontecimientos, por medio del recurso a fuentes fiables (tales como autoridades gubernamentales) para indicar precisión y exactitud, pero no es relevante que las citas sean completamente correctas en el sentido contextual, puesto que “solo deben sugerir que son verdaderas, de ahí su función retórica y sus efectos” (Van Dijk, 1990: 130).

El enunciadador no explica a qué se refiere con la “situación particular” atravesada por los licenciarios de medios, pero construye un destinatario que vivió la crisis “social, económica, administrativa, financiera y cambiaria” de 2001, por lo que el lector deberá buscar en su sistema de creencias y realizar una operación

mental para interpretar la intención comunicativa del emisor y completar el sentido de la noticia.

La nota se compone de dos párrafos. El segundo tiene una extensión mayor y comienza con la expresión “No obstante...”, para señalar los compromisos a los que quedarán sujetos los licenciarios, según lo dispuesto por los artículos 2° y 3° del decreto. Entendemos que se trata de una marca lingüística más que remite a las condiciones de producción de un discurso cuyo acento valorativo (Voloshinov, 1976) no está puesto en las verdaderas implicancias que conlleva la suspensión del cómputo de todas las licencias de radiodifusión del país, ya que, siendo las obligaciones nimias en comparación con los beneficios otorgados por la normativa, la mayor parte de la nota se dedica a presentarlos como si fuesen verdaderas contrapartidas.

En suma, concluimos que el diario *Página/12* no le otorga relevancia mediática al acontecimiento, ubicándolo en la sección “Espectáculos” con una jerarquía menor con relación a otras notas propias de la sección. Se construye un enunciador neutral que no explica ni contextualiza la medida, que incurre en errores de interpretación, no transcribe textualmente de los discursos que entrecomilla, establece poca distancia con los enunciados referidos y refuerza la pararealidad discursiva construida por el DPP de Kirchner con relación a que la implementación del Decreto 527 se vincula con la crisis económica de 2001-2002. Todas estas marcas lingüísticas halladas en la superficie discursiva nos permiten inferir la presencia de un emisor que busca que la noticia no tenga mayor repercusión pública y que pase desapercibida como tema de la política nacional.

4.5. La construcción periodística de El Cronista Comercial

Al no publicarse los fines de semana, este diario divulgó el acontecimiento el lunes 23 de mayo de 2005. Fue el único medio gráfico que ubicó la noticia en la sección “Economía y Política”, página 6 del diario. El artículo lleva la firma de Alejandra Groba e incluye una fotografía del interventor del COMFER, Julio Bárbaro.

“Kirchner les dio otros diez años a radios y TV”, es el título a partir del cual podemos interpretar la importancia de lo focalizado: Kirchner. Además, la expresión iterativa (“otros diez años”) presupone que ya se les había otorgado otra prórroga anterior-

mente. El énfasis en el Presidente también se expresa en la volanta: “Por decreto [acto administrativo emanado habitualmente del Poder Ejecutivo], suspenden por un decenio los vencimientos de las licencias de radiodifusión”. La supresión del agente (“suspenden”) puede ser atribuida a las rutinas periodísticas, que incluyen restricciones en el número de caracteres requeridos en los espacios gráficos y la no repetición de las palabras incluidas en el título. La cabeza informativa de la noticia se inicia con una cita textual del DPP de Kirchner:

‘Somos absolutamente conscientes de que el huracán que arrasó a la Argentina también golpeó fuertemente a los dueños de los medios nacionales argentinos’. Con esas palabras, Néstor Kirchner justificó el viernes en la Casa Rosada, los diez años extra que les otorgó a los dueños de radios y canales de televisión para explotar sus licencias.

Sostenemos que comenzar el artículo con este enunciado referido se revela como una marca lingüística importante. La forma verbal de la primera persona del plural (“somos”) funciona como deíctico que remite al pronombre “nosotros” en tanto funcionarios del Gobierno. “Absolutamente conscientes” conlleva un adverbio de modo con valor estilístico de énfasis, para referirse al conocimiento totalizador y preciso que se tiene de una determinada situación. Se utiliza la metáfora del “huracán” para aludir a la crisis que vivió el país con posterioridad a la caída de la convertibilidad monetaria apelando a un sistema de creencias compartido con los destinatarios del discurso, haciendo hincapié en que dicha crisis fue fortísima, semejante a la que pueden provocar vientos huracanados que arrasan o devastan una nación, y que desmanteló al país como un todo (“la Argentina”). Además, “también golpeó” (se agrega el “también” como si los propietarios de los medios no formasen parte de “la Argentina”), aunque en un grado menor (“fuertemente”, que no es lo mismo que un huracán arrasador), a los “dueños de los medios nacionales argentinos”. Esta última frase que resulta redundante (puesto que si son “nacionales” no hace falta aclarar el país de origen) tiene el objetivo de enfatizar la finalidad “nacionalista” detrás de la firma del decreto y construir la pararealidad discursiva ya mencionada. Por otro lado, en el DPP de Kirchner se hace hincapié en el sentido “reparador” que esta medida conlleva, pues los medios “quedaron en una situación de desprotección muy fuerte”, “sufrieron los efectos de la caída de la Argentina” y “sufrieron la pérdida de

mercados, de recursos, que realmente los llevaron a una situación angustiosa allá por el año 2002”.¹⁹ Por otra parte, aunque la medida no afecta a todos los dueños de medios de comunicación sino solo a los licenciarios de radio y televisión, el DPP crea un escenario “reparador” para todos ellos sin distinción.

A continuación el enunciador se distancia de lo dicho por Kirchner al señalar que sus palabras son una forma de justificar los “diez años extra que les otorgó a los dueños de radios y canales de televisión para explotar sus licencias”. Ese “extra” presupone que ya se les había otorgado una prórroga anterior y que esto constituye un “plus”. Luego explica, a la manera de un enunciador pedagógico, los antecedentes de la medida (se aclara que no prosperó bajo la presidencia de Duhalde), lo establecido en términos de licencias en la Ley 22.285 y las modificaciones que instaura el decreto. Y en el siguiente párrafo la argumentación se introduce por medio de un conector que establece una relación de consecuencia (“así”) y otro de concesión (“aunque”):

Así, aunque todos los dueños de radios y canales televisivos tenían sobrados motivos para descorchar el viernes, en la industria dicen que algunos tenían más que festejar. Ocurre que, para las empresas en concurso preventivo, los diez años de yapa del derecho de explotación pasan a ser un activo importante a la hora de sentarse a renegociar planes de pago con los acreedores.

Es decir, si bien el decreto beneficia con diez años más (“sobrados motivos”) a todos los licenciarios de medios de radiodifusión, “en la industria dicen” –supresión del agente que presupone un no revelamiento de la fuente que no obstante es autorizada– que algunos serán más favorecidos que otros con “los diez años de yapa”. Aquí se produce una ruptura de la isotopía estilística al introducir un nivel de lengua coloquial, lo que implica una clara toma de posición por parte de un enunciador que califica a la prórroga como una “añadidura” o “propina”, un obsequio que hace el “vendedor” (Gobierno) al “comprador” (licenciarios).

A continuación se explica lo significativo que la medida resulta para las empresas en concurso preventivo (“algunos tenían más que festejar”) y se detallan datos que suponen investigación por parte de la periodista: los propietarios de Canal 9 fueron los primeros en solicitar la extensión, la que “habría” (condicional que implica que no se lo ha podido confirmar) sido rechaza-

¹⁹ Esta última parte no se cita en el artículo de *El Cronista* pero forma parte del párrafo del que se extrae la cita (cfr. párrafo [1] apartado 4.1.)

da por el COMFER. Se enfatiza sobre las fechas en que caducarán las licencias a partir de la firma del decreto (Canal 9 en 2019, Canal 2 en 2022, Canal 13 y Canal 11 en 2024). También se aclaran los millones de dólares que el español Grupo Prisa habría desembolsado, en noviembre de 2004, por Radio Continental, cuya licencia expiraba en 2008, “ahora mejor justificados”. Con esto se presupone que en el momento de la adquisición la inversión era “injustificada” (por los años que le quedaban de licencia) y se agrega que se trató de una “operación que estuvo trabada hasta el mes pasado”, con lo que resta para que el lector complete el sentido el hecho de que se “destrabó” una vez que las los dueños de las empresas de medios confirmaron que se firmaría el decreto en cuestión.

“Como corresponde, el Decreto exige...” es la frase introductoria de las contrapartidas que deben asumir las empresas. Así, el enunciador señala que las exigencias estipuladas en la norma están allí simplemente porque “corresponden”, es decir, atañen a la sanción de la normativa, “debe ser así”.

En síntesis, la relevancia que el diario *El Cronista* le concedió a este acontecimiento fue mayor que en otros periódicos, lo que inferimos a partir de varias marcas presentes en la superficie discursiva: su ubicación en la sección de “Economía y Política”, la inclusión de fotografía, la firma, sumado al hecho de que publicaron la noticia tres días después de sucedido el acontecimiento con la falta de uno de los principales criterios de noticiabilidad que ello conlleva (el de “novedad”), a diferencia de los otros diarios de corte económico en los que nada se mencionó.²⁰ Con relación al empleo de fuentes, se recurre tanto a fuentes primarias (texto del decreto, DPP de Kirchner, voces de la industria mediática no identificadas) como secundarias (se cita un artículo del diario *La Nación* de febrero de ese año). En este caso, la única cita de Kirchner en el acto en Casa Rosada no está colocada allí para otorgarle una mayor verosimilitud al discurso periodístico sino para valorar axiológicamente lo dicho por otro y orientar al lector en su interpretación. Así, concluimos que este artículo no contribuye a reforzar el escenario discursivo construido en el DPP de Kirchner.

²⁰ Los diarios *Ámbito Financiero* e *Infobae* no publicaron la noticia en las fechas de recorte del corpus.

5. Palabras finales

El estudio de las estrategias discursivas empleadas por diferentes diarios de circulación nacional en la construcción de noti-

cias sobre la firma del Decreto 527/05 nos permitió descubrir de qué manera cada uno de ellos le otorgó un acento valorativo distinto al mismo suceso, reforzando o desbaratando la pararealidad discursiva construida en el discurso público político pronunciado por Néstor Kirchner tras la promulgación de la medida.

De este modo, pudimos entrever la vinculación existente entre lengua e ideología, en tanto la elección de ciertos recursos lingüísticos permitió generar distintos efectos de sentido sobre el mismo acontecimiento. Las disputas en torno del poder por asignar el significado predominante detrás de la sanción de esta medida pueden observarse ya desde la disparidad de secciones periodísticas en las que el tema ha sido incluido: Espectáculos, Cultura, Sociedad, Economía y Política. Lo mismo ocurre con el empleo de recursos estilísticos para focalizar o encuadrar el acontecimiento desde distintos ángulos: la “prórroga” para “la pantalla”, el agente causante de la acción (Kirchner), sus beneficiarios, etc.

Podemos concluir que los diarios *Clarín* y *Página/12* construyeron noticias que no le otorgaron gran relevancia mediática al acontecimiento, ubicándolo en las páginas finales de los diarios, con artículos sin firma que citan únicamente voces oficiales entrecomilladas –pese a no ser textuales–, con numerosas transformaciones sobre las formas básicas de las oraciones y la intención de construir un enunciador imparcial que no interpreta ni contextualiza la noticia para un lector no familiarizado con el tema. En este sentido, los discursos periodísticos de ambos matutinos reforzaron el escenario construido en el DPP de Kirchner. Esto es, que el decreto se implementó para favorecer a los medios nacionales y otorgar un marco de previsibilidad que favoreciese las inversiones en el área, tras la crisis económica de 2001-2002.

Por el contrario, *La Nación* y *El Cronista Comercial* le otorgaron una mayor relevancia mediática a la noticia, ubicándola en un lugar destacado en el cuerpo de los diarios, con noticias firmadas, apelando a recursos gráficos para favorecer su comprensión por parte del público. Por medio de la utilización de oraciones transactivas y de la construcción de un enunciador que emplea estrategias interpretativas y relacionales para explicar las causas o antecedentes del suceso así como sus futuras consecuencias, los recursos estilísticos empleados apuntaron a desarmar la pararealidad del DPP de Kirchner. Para ello, apelaron no solo a las fuentes oficiales sino también a las voces de los empresarios beneficiados con el decreto y a fuentes secundarias, construyen-

do un enunciador discursivo que busca “develar” los motivos detrás de la promulgación de esta medida política y desbaratar las justificaciones expresadas por el presidente de la Nación.

En síntesis, el análisis semántico nos permitió descubrir que las distintas estrategias persuasivas propias del discurso periodístico (tales como el recurso a las fuentes autorizadas o la inclusión de citas directas que indican precisión y otorgan verosimilitud al relato) fueron empleadas para diversos fines (por ejemplo, enfatizar o disimular al agente principal de la acción: Kirchner). El poder simbólico (Bourdieu, 1999) de los medios de comunicación queda al descubierto tras el análisis, sobre todo si tenemos en cuenta que el modo en que construyen noticias y el encuadre otorgado influye en la interpretación de los acontecimientos por parte de un público que no tiene acceso a ellos de manera directa.

Creemos que aún resta analizar por qué esta construcción particular se produce específicamente sobre esta medida de política de comunicación y de qué forma se han representado las políticas de comunicación en Argentina a lo largo de la historia, aunque ello se encuentra ya fuera de los alcances de este trabajo.

Fuentes

Diarios *Clarín*, *La Nación*, *Página/12*, *El Cronista Comercial* – mayo de 2005

Discurso pronunciado por Néstor Kirchner el 20 de mayo de 2005.

Decreto 527 P.E.N, B.O. 24/05/2005

Referencias bibliográficas

ARNOUX, E. *et al.* (1990) *Curso completo de semiología y análisis del discurso IV*, Buenos Aires, Ediciones Cursos Universitarios.

BAQUERIN, M. T. (comp.) (2008) *Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta*, Buenos Aires, Educa.

BOURCIER, D. (comp.) (1979), “Le discours juridique: analyses et méthodes”, en *Langages*, vol. N° 53.

BOURDIEU, P. (1999) “Sobre el poder simbólico”, en *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, Eudeba.

- CALIFANO, B. (2009a), “Comunicación se escribe con K. La radiodifusión bajo el gobierno de Néstor Kirchner”, en Guillermo Mastrini (comp.), *Mucho ruido, pocas leyes... Economía y políticas de comunicación en la Argentina*, Buenos Aires, La Crujía.
- (2009b), *Medios y políticas de comunicación en Argentina bajo el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007)*, Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.
- CLARÍN (1997), *Manual de estilo*, Clarín/Aguilar, Buenos Aires.
- CONTURSI, M. E. (2003), “El discurso legislativo como discurso constituyente: el caso de la *Ley Federal de Educación*”, mimeo, Buenos Aires.
- DUCROT, O. (1984), *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*, Barcelona, Paidós.
- DUCROT, O. y TODOROV, T. (1972), *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- FOUCAULT, M. (1973), *El orden del discurso*, Barcelona, Tusquets.
- (1979), *Microfísica del poder*, Madrid, La Piqueta.
- HODGE, R. y KRESS, G. (1979), *Language as Ideology*, Londres, Routledge. Traducción y adaptación: A. RAITER, D. LABONIA, M. BANON, J. ZULLO y S. PÉREZ. Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 1999.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1993), *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Buenos Aires, Edicial.
- LEVINSON, S. (1983), *Pragmática*, Barcelona, Teide.
- MARTÍN BARBERO, J. (2002), “Mitos y farsas de la información”, en *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, México, FCE.
- MARTINI, S. (2000) *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Buenos Aires, Norma.
- MARTINI, S. y GOBBI, J. (1997), “La agenda de los medios y el reconocimiento del público: una propuesta de discusión”, Buenos Aires, Documento de cátedra “Teorías sobre el Periodismo” – FSOC, UBA.
- RAITER, A. (2009), “‘Hablo y entiendan’: creencias, presuposición e interdiscurso en los actos de Cristina Fernández de Kirchner”, en revista *Oralia. Análisis del discurso oral*, N° 12, Madrid, Arco Libros, pp. 73-96.
- RAITER, A. y MENÉNDEZ, S. (1986), “El desplazamiento de un signo ideológico (análisis lingüístico del discurso político)”, en revista *Filología*, Año XXI, Tomo 2, Universidad de

Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Filología y Literaturas Hispánicas “Dr. Amado Alonso”, pp. 31-53.

RODRIGO ALSINA, M. (1996), *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós.

VAN DIJK, T. (1990), *La noticia como discurso*, Madrid, Paidós.

VERÓN, E. (1985), “El análisis del contrato de lectura: un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soportes de los medios”, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, París, IREP.

— (1987a), *La Semiosis Social*, Buenos Aires, Gedisa.

— (1987b), “La palabra adversativa”, en *El discurso político. Lenguajes y Acontecimientos*, Buenos Aires, Hachette.

VOLOSHINOV, V. (1976), *El marxismo y la filosofía del lenguaje*, Buenos Aires, Nueva Visión.