



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

Di Paolo, Brenda Inés

Clarín y Página/12 en el debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual
La Trama de la Comunicación, vol. 21, núm. 2, julio-diciembre, 2017, pp. 29-49

Universidad Nacional de Rosario
Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323952120002>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Clarín y Página/12 en el debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Por Brenda Inés Di Paolo

brendadipaolo@gmail.com – Universidad Nacional de Cuyo, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas Argentina

SUMARIO:

El trabajo de investigación pretende dar cuenta de las modalidades enunciativas adoptadas por dos de los principales diarios de alcance nacional –Clarín y Página/12– en uno de los momentos de mayor tensión en la relación entre los medios concentrados de comunicación y el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, el debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA).

La búsqueda se orienta a establecer criterios que delimiten la especificidad conceptual del campo de lo político y su relación con el campo de la comunicación. Pretende indagar en la tensión entre poder corporativo y poder de democratización del espacio radioeléctrico a través de un análisis de la construcción de títulos y noticias en los diarios Clarín y Página/12 en el debate de audiencias públicas de la LSCA en la Cámara de Diputados, el día 8 de septiembre de 2009.

El estudio recorre un corpus de 14 noticias, en las cuales observaremos la producción de los encuadres (volantas, títulos y bajadas) y su correspondencia con los cuerpos o textos. El abordaje teórico apunta a problematizar la relación: medios y política articulando las categorías de Eliseo Verón para el análisis de la prensa y su propuesta conceptual sobre la enunciación política.

DESCRIPTORES:

Eliseo Verón, enunciación, política, prensa, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

SUMMARY:

Our research addresses the discursive modes adopted by two of the main national newspapers—Clarín and Página/12—on the occasion of one of the most stressing moments of the relation between concentrated mass media and Cristina Fernández de Kirchner's administration: the debate over the Law of Audiovisual Communication Services (LSCA, in Spanish).

Our research seeks to establish criteria for the conceptual specification of the political field as related to the communication field. It tackles the tension between corporative and democratic power over the radio space by analyzing the headlines and news in Clarín and Página/12 during the LSCA public hearings in The House of Representatives, held on 8 September 2009.

Our corpus comprises 14 news in which we observe the building of headlines, subheads and decks and their relation with the news' bodies. Our theoretical approach focuses on the tension between media and politics and uses Eliseo Verón's categories for analyzing the press and his conceptual proposal for the political enunciation.

DESCRIBERS:

Eliseo Verón, enunciation, Law of Audiovisual Media Services, politics, press

29

Clarín y Página/12 en el debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Clarín and Página/12 in the debate over the Law of Audiovisual Media Services

Páginas 029 a 049 en La Trama de la Comunicación, Volumen 21 Número 2, julio a diciembre de 2017

ISSN 1668-5628 - ISSN 2314-2634 (en línea)

1- EL DEBATE DE LOS MEDIOS EN EL CONTEXTO DE LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Desde sus inicios el kirchnerismo se caracterizó por la decisión de intervenir sobre el espacio público mediatizado involucrando a las organizaciones de medios como actores políticos. La continuidad estructural del ciclo kirchnerista respecto de la relación entre política y medios instaurada en los años 1990 tendrá continuidad hasta el 2009 con la presentación de la Ley N° 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) por el gobierno de Cristina Fernández.

El anteproyecto de Ley se basó en la iniciativa de organizaciones de la sociedad civil (sindicatos de prensa, universidades, organizaciones sociales, radios comunitarias, pequeñas radios comerciales y organismos de derechos humanos, entre otros) conformadas en el año 2004 en la agrupación "Coalición por una Radiodifusión Democrática". Se elaboraron en conjunto con el Foro Argentino de Radios Comunitarias, los 21 puntos básicos para una nueva ley de radiodifusión que reemplazara la anterior, heredada de la dictadura.

El anteproyecto de ley fue presentado por la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner en marzo de 2009 y fue debatido y enriquecido en 24 foros; 80 charlas y tuvo 1200 aportes en todo el país. Fue aprobado tras recibir más de cien modificaciones adquiriendo, de esta manera, la media sanción. En la Cámara de Diputados de la Nación la Ley fue aprobada por 147 votos a favor, 4 en contra y 1 abstención. En la Cámara de Senadores fue aprobada por 44 votos a favor y 24 en contra. Su plena constitucionalidad se declaró luego de 4 años de su sanción, en octubre de 2013, por la Corte Suprema de Justicia, ante reiteradas presentaciones judiciales en su contra.

La nueva Ley significó un avance democrático en términos de inclusión de sectores excluidos al acceso a licencias (organizaciones del tercer sector); la propuesta de desinversión de grupos monopólicos,

particularmente del *Grupo Clarín* y la ruptura con marcos regulatorios y jurídicos establecidos en la última dictadura militar; en este caso, la Ley 22.285 de Radiodifusión sancionada en 1980, en el gobierno de Videla.

El tratamiento de esta nueva Ley supuso un acontecimiento político cuyo impacto social fue lo suficientemente intenso para estimular y visibilizar con fuerza particular una pugna de intereses vinculados a los grandes grupos mediáticos, a sectores políticos alineados con el statu quo y a grupos provenientes de diversos ámbitos: intelectuales artistas, trabajadores de los medios, académicos, organizaciones sociales y políticos que apoyaron la propuesta de cambio.

En este caso, las empresas que concentraron la propiedad de los medios de comunicación representaron no solo el poder de la economía, sino también, el poder simbólico, aquél que procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas y, cuyas instituciones mediáticas han asumido el papel histórico, particularmente importante, que se orienta hacia la producción y difusión generalizada, a gran escala, de formas simbólicas en el espacio y el tiempo.

La tensión entre los medios de comunicación y el gobierno de CFK, obligó a replantear y problematizar la naturaleza política del discurso en la prensa durante estos periodos. De modo que nuestra búsqueda se orienta a establecer criterios que delimiten la especificidad conceptual del campo de lo político y su relación con el campo de la comunicación. El interés de esta investigación se centra, precisamente, en las modalidades de la disputa discursiva adoptadas por los principales diarios de alcance nacional: *Clarín* y *Página/12* como emergentes en la polarización entre el poder corporativo concentrado y el poder de democratización de la expresión en el debate sobre la LSCA.

Para ello, la indagación conceptual abordará la propuesta teórica que desarrolla el concepto de "enun-

ciación política” en los trabajos de Eliseo Verón y una articulación que retoma sus investigaciones sobre la prensa. A partir de aquí, el análisis se orienta a trabajar con textos periodísticos, un corpus de 14 noticias publicadas por los diarios en uno de los momentos previos a obtención de media sanción de la LSCA, el inicio las audiencias públicas en la Cámara de Diputados, el día 8 de septiembre de 2009. Esta fecha se destaca como momento clave en el despliegue de estrategias retóricas y mecanismos discursivos por parte de los distintos grupos, las cuales emergen en la superficie textual de la prensa para lograr incidencia y persuasión en la opinión pública.

2. EL RECORRIDO CONCEPTUAL: ENUNCIACIÓN Y PRENSA

2.1 EL FUNCIONAMIENTO DE LA ENUNCIACIÓN

Por la vía del análisis del discurso es posible indagar sobre las modalidades de construcción de los enunciadores y la relación establecida entre ellos, lo cual resulta particularmente relevante para el análisis de la prensa y el establecimiento del contrato de lectura. La centralidad del estudio de la enunciación, reside, en este caso, no en los agentes sociales reales sino en las entidades imaginarias sostenidas por la producción discursiva. La relevancia de la enunciación radica en que permite distinguir la ubicación del “hablante” construida por el texto, la entidad lingüística de la “persona” y su diferencia con la posición real a partir de la cual es producido efectivamente su discurso.

Para Benveniste (1999), la enunciación es poner a funcionar la lengua por un acto individual de utilización y supone la conversión individual de la lengua en discurso. La condición específica de la enunciación es el acto mismo de producir un enunciado y no el texto del enunciado en sí. Se sostiene que antes de la enunciación, la lengua es solo la posibilidad de la lengua; después de la enunciación, la lengua se efectúa en una instancia de discurso, que emana de un locutor y que suscita otra enunciación a cambio. Lo que caracteriza

a la enunciación es la acentuación de su relación discursiva al interlocutor, ya sea este real o imaginado, individual o colectivo. De modo que el estatuto de los individuos lingüísticos procede del hecho de que nacen de una enunciación (83-84).

Benveniste resalta que toda enunciación implanta a otro de delante de ella, sea cual sea el grado de presencia que atribuya a ese otro. Este acto de apropiación también implica una referencia y la construcción de entidades abstractas: “yo”, “tú”. Como forma de discurso plantea la estructura del diálogo: dos figuras en posición de interlocutores son alternativamente protagonistas de la enunciación. Se da una condición dialógica en la constitución de la persona; “no empleo un yo, sino dirigiéndome a alguien, que será en mi alocución un tú” (Benveniste, 1997:181).

Se sostiene que es en una realidad dialéctica, que engloba los dos términos y los define por relación mutua, donde se descubre el fundamento lingüístico de la subjetividad. Esa subjetividad no es más que la emergencia en el ser de una propiedad primordial del lenguaje. Encontramos aquí el cimiento de la “subjetividad”, que se determina por el estatuto lingüístico de la “persona” y su fundamento reside en el ejercicio de la lengua (Benveniste, 1997:180-182).

Benveniste propone que de la enunciación procede la instauración de la categoría de presente y, de allí emergen las categorías de tiempo y espacio. Continuidad y temporalidad se engendran en el presente incesante de la enunciación, formas temporales (aquí y ahora), pronombres personales, demostrativos, etc. (Benveniste, 1999: 86).

Algunos conceptos que dan cuenta del proceso de enunciación y su vínculo con la subjetividad son las clasificaciones según grado de distancia, transparencia, opacidad y el uso del discurso diferido. Estas categorías remiten a la relación del enunciadore con su enunciado.

Funchs y Le Goffic (1979) plantean que la distancia

permite examinar el proceso de enunciación desde el punto de vista de la actitud del hablante frente a su enunciado. Si la distancia tiende a cero, el sujeto asume totalmente su enunciado, el yo del enunciado y el yo de la enunciación se identifican perfectamente. Si la distancia es máxima, se trata del discurso didáctico, donde el sujeto considera su enunciado “como parte de un mundo distinto de sí mismo”. En el caso de la “trasparencia”, la ambigüedad del texto se elimina totalmente. El receptor se identifica con el sujeto de la enunciación, que se presenta como si fuera el receptor mismo el que emitiera el discurso. Ejemplos de enunciación transparente es el discurso pedagógico. De modo inverso, la “opacidad” caracteriza en su punto más alto al discurso lírico, ya que cada lector se convierte en sujeto de enunciación para asumir un enunciado cuyas modalizaciones se le escapan. En cierto sentido, puede decirse que estos dos extremos, discurso lírico y discurso pedagógico representan la máxima tensión entre opacidad y transparencia de la enunciación.

Para Charaudeau, y Maingueneau (2005) lo que refiere a un acto de enunciación y no a un enunciado son las formas clásicas del discurso referido: directo, indirecto, directo libre. Pueden también considerarse como formas del interdiscurso, fenómenos de polifonía y heterogeneidad. El discurso directo utiliza las mismas palabras empleadas por el enunciador citado, o presenta su enunciado como tal. En el discurso indirecto, en cambio, se hace uso de las propias palabras para citar a otro, reformulando sus manifestaciones.

En el caso de la prensa se presenta el discurso directo con “que” y el resumen con citas para dar reformulación condensada del conjunto de una enunciación restituyendo el punto de vista del locutor citado; los fragmentos citados acumulan bastardillas y comillas. Para Charaudeau, y Maingueneau, el punto de vista del referidor puede interferir con el del locutor citado, modificando el enunciado (2005:187-188).

2.2- LA ENUNCIACIÓN Y EL ANÁLISIS DE LA PRENSA

Para el análisis de la enunciación en relación con textos de comunicación, particularmente de la prensa diaria, tomaremos las investigaciones de Eliseo Verón. Para el autor, el análisis semiótico tiene por objeto identificar y describir todas las operaciones que, en el discurso del soporte, determinan la posición de enunciador y, en consecuencia, la del destinatario. Para este autor, “la semiología de `tercera generación´ se plantea una problemática destinada a aportar una contribución capital: la relativa al funcionamiento de la enunciación” (Verón, [1984] 2004:172). Desde este punto de vista, la distinción entre enunciado y enunciación es fundamental para comprender el funcionamiento de la prensa gráfica. Así, Verón señala que:

“El orden del enunciado es el orden de lo que se dice (de manera aproximativa, podría afirmarse que el enunciado es del orden del “contenido”); la enunciación, en cambio, corresponde no al orden de lo que se dice, sino al decir y sus modalidades, a las maneras de decir” (Verón [1975] 2004: 172).

Sin embargo, estudiar el dispositivo de enunciación no implica dejar de lado el “contenido”, desinteresarse del nivel del enunciado; sino que esta distinción es relevante para determinar cómo un mismo contenido puede enmarcarse mediante estrategias de enunciación diferentes. En otras palabras, dos frases pueden ser similares en el plano del enunciado y diferir en el plano de la enunciación, lo cual adquiere un interés particular en el estudio de la prensa gráfica. Lo que varía de una frase a otra, no es lo dicho (el enunciado) sino la relación del locutor con lo que dice, es decir, las modalidades de su decir (enunciación) (Verón [1975] 2004: 173-174).

Para el autor, en un discurso, sea cual fuere su naturaleza, las modalidades del decir, dan forma a lo que llama el “dispositivo de enunciación”. Este dispositivo

incluye, para Verón, la imagen del que habla (el enunciador); la imagen de aquel a quien se dirige el discurso (el destinatario) y la relación entre el enunciador y el destinatario que se propone en el discurso y a través del discurso. Todo soporte de prensa contiene su dispositivo de enunciación. En el caso de la prensa gráfica, este dispositivo refiere al "contrato de lectura" (Verón [1975] 2004: 173).

Por lo tanto, aquí el enunciador y el enunciatario son "entidades discursivas", no se refieren a personas "reales", sino que son construidas por medio del discurso y a través del lugar (o los lugares) que se atribuye a sí mismo quien habla y, al hacerlo, también define a su destinatario. Por lo tanto, los modos de enunciación reflejan cuál es el tipo de relación que se propone y establece entre ambos participantes del discurso.

De modo que el "enunciador" representa una modelización "abstracta" que permite el anclaje de las operaciones discursivas a través de las cuales se construye, en el discurso, la imagen del que habla. Para designar la producción de un enunciado o sucesión de enunciados: hablaremos de "acto de enunciación" (Verón, 1987).

El análisis de las modalidades de enunciación es relevante para detectar la construcción de la relación entre los enunciadores y determinar cómo es establecido el contrato de lectura: vínculo que garantiza la continuidad de la relación.

Algunas de las posiciones que ocupa el enunciador pueden ser definidas por Verón en su análisis sobre la prensa francesa: posición didáctica o no didáctica, transparencia u opacidad, distancia o diálogo, objetividad o complicidad, valores compartidos en el nivel de lo dicho o en el plano de las modalidades del decir, grado y tipo de saber atribuidos al lector, entre otras posibles. A través de las decisiones tomadas respecto de algunas de estas dimensiones, para Verón se establece un enunciador que le propone a un destinatario ocupar un lugar (Verón, [1984] 2004: 179).

Es relevante indagar cómo estas dimensiones pueden ser analizadas en el caso de la prensa diaria ya que las mismas consisten principalmente en atribuir cierto saber-interés al destinatario, y por tanto se traducen en modalidades de enunciación muy diferentes. Es decir, se asume a este último como más o menos "informado", más o menos "cultivado", más o menos capaz de identificar alusiones, etc. La voluntad de transparencia o, por el contrario, de relativa opacidad del enunciador reflejan el contrato de lectura que se pretende establecer entre éste y sus destinatarios mediante el modo de "dosificar" los elementos informativos y los elementos no informativos que se utilizan para generar "complicidad", en tanto que se establecen códigos o universos culturales compartidos.

El concepto de "contrato de lectura" refiere, en la prensa, a la relación que un medio establece con sus lectores en el plano de la enunciación discursiva y a la posibilidad de rastrear las especificidades de este "pacto" en las marcas enunciativas presentes en el discurso (Verón, 1985). Pone el acento en las condiciones de construcción del vínculo que, en el tiempo une a un medio con sus consumidores-lectores y apunta a construir y conservar este hábito (Verón, 2004). En este aspecto la enunciación se vincula con la función de títulos y encuadres (títulos opacos o transparentes) que analizaremos en el próximo punto.

2.3- TÍTULOS Y ENCUADRES EN LA PRENSA

En los estudios sobre la prensa, Verón vincula las estrategias de enunciación con el uso de encuadres y títulos. Si bien, el concepto de "encuadre" tiene su origen en el campo de la filosofía y sociología y remite en su definición a los "marcos de experiencia" que involucra a las formaciones de interpretación y principios de organización que ordenan los acontecimientos (Goffman, 1991, en Charaudeau, y Maingueneau, 2005: 206-207); para nuestro particular foco de análisis el concepto será abordado desde la estructura formal

de los textos periodísticos: los encabezamientos de las noticias (volanta, títulos, bajada y primer párrafo).

Verón utiliza la noción del “dispositivo de enunciación”, el cual pone el foco de atención en las modalidades del decir y en el uso y función de los títulos que representan el encuadre del acontecimiento en la prensa. Una de las funciones principales de las operaciones de encuadre es anticipar ciertas propiedades del discurso, enmarcado por el título, el cual parece ser un resumen de la información que se desarrollará en el texto. Lo importante es que esta correspondencia entre el encuadre del texto y el texto mismo, se refiere, “no al nivel del contenido manifiesto de los títulos y de los textos, sino a las operaciones semánticas subyacentes en el conjunto del discurso” (Verón, [1975] 2004: 82-83).

La naturaleza de los títulos en su condición de fenómenos discursivos contiene para Verón dos dimensiones fundamentales: una dimensión metalingüística y una dimensión referencial. La primera indica que el título se presenta antes de un discurso y en este sentido, califica a ese último, lo nombra. La dimensión, referencial, por su parte, señala que así como el discurso del cual es el nombre, éste también habla o se refiere a “algo”.

Para Verón, la manera particular en que estas dos dimensiones se combinan en un título “constituye ‘el encuadre del discurso’, que en el discurso de información siempre es, simultáneamente, el encuadre del acontecimiento en cuestión” (Verón ([1975] 2004: 82).

El encuadre difiere en cada soporte de prensa de acuerdo a las estrategias de enunciación utilizadas por cada diario, de allí el interés en el estudio de los títulos. “Consciente o inocentemente, los productores parecen concentrar en la operación de encuadre ciertos aspectos críticos del proceso del producción del texto” (Verón, [1975] 2004: 83).

Para Verón, los títulos opacos, no informativos, solo tienen la función de incitar al lector a leer el artículo. Si

el lector se limita a recorrer los títulos, no obtiene información sobre los acontecimientos; lo que encuentra es un juego de lenguaje que sirve para construir la complicidad entre el enunciador y el destinatario, mediante el empleo de elementos que remiten permanentemente a una clave o código cuya decodificación funciona como “prueba” de pertenencia a un universo cultural compartido. Este dispositivo produce el contrato de lectura (Verón, [1984] 2004: 178).

Entendemos que la construcción de ese lazo con los enunciatarios, no radica en los contenidos informativos sino en la complicidad establecida a través de “pruebas de lectura”. Como señalaba Verón la dosificación de la información propone un juego al destinatario que se sitúa en el marco de una complicidad creada por el establecimiento de ciertos valores culturales compartidos.

En el próximo apartado haremos hincapié en la elaboración conceptual acerca de las características de la enunciación política, vinculada principalmente al uso de imaginarios en la construcción del contrato de lectura.

2.4- LA ENUNCIACIÓN POLÍTICA: COLECTIVOS DE IDENTIFICACIÓN

En el texto “La palabra adversativa”, Verón (1987) plantea que el discurso político supone la existencia de otros discursos que no son políticos, es decir, implica cierta hipótesis sobre una tipología de discursos sociales. La identificación del sentido común relaciona al discurso político con los textos producidos por líderes o por partidos políticos y con la producción articulada en las instituciones y procesos del Estado (Verón, 1987). Sin embargo, gran parte del discurso político se presenta a través de los medios de comunicación masiva.

De acuerdo con Verón (1987: 16), lo específico de una tipología discursiva vinculado a lo “político” refiere a un “enfrentamiento”, a la relación con un enemigo, a

la lucha entre enunciadores. La enunciación política es inseparable de la construcción de un adversario. Cuestión que implica, al hablar de enunciador, expresiones que designan “objetos abstractos” y no entidades o procesos concretos.

Para Verón la enunciación política (1987) parte de la idea de un adversario u oponente. El imaginario político supone la presencia de posiciones reales o posibles, de no menos de dos destinatarios (desdoblamiento que se sitúa en la destinación). El discurso político se dirige al mismo tiempo a un destinatario positivo: “prodestinatario”, a uno negativo: contradestinario y uno neutro: el “paradestinario”. El primero, es aquel que comparte una misma “creencia presupuesta” (ideas, valores, objetivos); y cuya relación con el enunciador se conforma en un *nosotros inclusivo* denominado: “colectivo de identificación”. En el caso del contradestinario la relación con el enunciador será de “inversión de la creencia”; que no es otra cosa que la presencia, siempre latente de la lectura destructiva que define la posición del adversario. Lo que es verdadero, bueno y/o sincero para el enunciador es falso, malo o mala fe para el contradestinario e inversamente. El “paradestinario” implica la presencia de los testigos, quienes se mantienen fuera de juego; tienen una relación de “suspensión de la creencia”, y hacia ellos se dirige el mayor esfuerzo persuasivo de la enunciación (16-17).

Según el semiólogo argentino, en el discurso político se dan tres funciones igualmente importantes: un discurso de refuerzo respecto del prodestinatario, de polémica respecto del contradestinario, y de persuasión hacia el paradestinario.

Además de estos tres destinatarios describiremos las llamadas “entidades del imaginario político”; que remiten a: 1) *los colectivos de identificación*: representan formas de establecer una relación con el prodestinatario. En el plano enunciativo se expresan con el “nosotros inclusivo” (comunistas, peronistas,

etc.); 2) *las entidades* son formas más amplias que los colectivos de identificación, y están asociadas al paradestinario: “ciudadanos, gente, argentinos”; 3) *los metacolectivos singulares* que no admiten la cuantificación ni la fragmentación; son más abarcadores que los colectivos propiamente políticos (Francia, el país, la república, el estado, el pueblo, la nación); 4) *las formas nominalizadas para rimar argumentos*: son expresiones que adquieren cierta autonomía semántica respecto del contexto discursivo. Estas pueden ser utilizadas como slogans de campaña electoral (“el cambio sin riesgos”, “la participación”, “la otra política”). La función de estas entidades es tener un valor metafórico (de sustitución) respecto del conjunto de la doctrina de un enunciador o una posición política. Las formas con valor negativo representan la posición de un contradestinario (el desorden, la decadencia, etc.); 5) *las formas nominales*: a diferencia de las precedentes, poseen un poder explicativo; son operadores de interpretación. Su utilización supone un efecto inmediato de inteligibilidad por parte, al menos del prodestinatario: “la crisis”, “el imperialismo”, etc. (Verón, 1987:18-19).

Las estrategias discursivas que se utilizan en la enunciación política tienen que ver con la relación que el enunciador establece con los tres tipos de destinatarios, los metacolectivos y el colectivo de identificación. En los siguientes puntos abordaremos un análisis que pone en juego las categorías de enunciación y entidades del imaginario político y las modalidades adoptadas en la prensa, en el caso particular de análisis de la cobertura de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

3- ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS: RECORTE Y CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

La investigación apunta a problematizar la noción de enunciación política en la prensa a partir de un análisis de las noticias publicadas por dos de los principales

diarios de alcance nacional: *Clarín* y *Página/12* en sus versiones online. Realizamos un recorte de textos que priorizó uno de los momentos de debate parlamentario previo a la media sanción de la Ley. Seleccionamos el día de inicio de audiencias públicas en la Cámara de Diputados, el 8 de septiembre de 2009. Esta elección se fundamenta en una investigación previa sobre la cobertura de la Ley en distintos periodos de 2009 y 2013¹. En este estudio observamos que el posicionamiento de la prensa en momentos previos a la sanción de la Ley resultó menos visible en tanto actante político que luego de su sanción. De allí que en este periodo es posible profundizar en el estudio de la dinámica de la enunciación y de las estrategias argumentativas operadas para incidir en la opinión pública.

Si bien, no es de interés para esta investigación profundizar en las diferencias entre el periodismo digital y el impreso se pueden señalar algunos puntos de divergencia que justifican la elección del soporte digital. Particularmente, dos características distintivas de los diarios digitales son relevantes para nuestro foco de estudio: las "coberturas en tiempo real" y la actualización permanente de los contenidos informativos a través de la sección "últimas noticias". Estos recursos son significativos en las coberturas al instante de acontecimientos sociales importantes (Albornoz, 2006)². En nuestro caso, los reiterados debates en el Congreso pueden tener un mayor registro y seguimiento a través de la cobertura realizada "minuto a minuto".

Este tipo de formato periodístico no tiene la misma riqueza informativa que la prensa tradicional pero enfatiza la producción de mecanismos de encuadre de la información dada la necesidad de sintetizar los principales sucesos y contenidos de los acontecimientos en tiempo real.

Por otro lado, la complementariedad de un medio tradicional con las tecnologías info-comunicacionales marca puntos de contacto que potencia el accionar

político del mismo. Los medios operan combinados y se acumulan, en un proceso de montaje histórico en el cual los viejos no desaparecen sino que son resignificados por los nuevos (Becerra, 2013).

En los dos diarios seleccionados encontramos un funcionamiento complementario entre las ediciones impresas y digitales que apunta a generar entre sí una coherencia enunciativa. Esta coherencia se presenta en las siguientes características: 1) nacen y pertenecen a las mismas empresas que el periódico impreso; 2) la tipología de contenidos: "información-noticia" es el núcleo central de los diarios online, al igual que ocurre en la prensa de información general; 3) el ordenamiento de la información es heredada de la edición impresa (dividiéndose en secciones y suplementos); 4) los contenidos informativos provienen de un mix de ambas ediciones; 5) las líneas editoriales se corresponden con la del grupo o empresa de pertenencia; y, 6) los contenidos de las ediciones en papel están disponibles de manera gratuita en versión HTML (Albornoz, 2006).

La estrategia metodológica utilizada se basa en el desarrollo categorial de Verón aplicada a textos periodísticos mediante la técnica del análisis del discurso. El planteo semiológico se realiza desde un doble enfoque: diacrónico y sincrónico (Verón 1987). En sincronía, planteamos un estudio de uno de los momentos previos a la sanción de la Ley, momento que nos resulta clave en el análisis de la disputa discursiva y de emergencia de elementos de la enunciación política en la prensa. En diacronía, el análisis constituye un estudio comparativo que contempla las publicaciones de los diarios *Clarín* y *Página/12*, dos matutinos representantes de dos líneas editoriales contrapuestas. *Página/12*, se presenta como un medio pluralista, comprometido con la democracia y los DDHH; *Clarín*, en cambio, forma parte del grupo de mayor concentración de medios en el país, y es considerado como "socio" de la dictadura³. Seleccionamos un corpus de

14 noticias referidas a la temática en estudio en la fecha estipulada, el 8 de septiembre de 2009.

En cuanto a la descripción de categorías y dimensiones de análisis presentamos los principales núcleos de sentido y sus posibles dimensiones que se vinculan con la propuesta conceptual. En este caso abordamos dos dimensiones de análisis: dispositivos de enunciación y enunciación política.

A) DISPOSITIVOS DE ENUNCIACIÓN

Entendemos que el dispositivo de enunciación que establece el contrato de lectura puede indagarse a partir distintos elementos que forman parte de la estructura periodística.

a.1. El análisis de los encuadres. Relevancia y focalización en determinados aspectos o áreas del acontecimiento principal.

a.2. Relación de los títulos con el contenido. Función metalingüística o referencial.

a.3. Opacidad o transparencia de la información. Complicidad establecida en el plano de la información o en el plano de los códigos culturales compartidos

B) ENUNCIACIÓN POLÍTICA

b.1. La construcción de colectivos de identificación (prodestinatario, contradestinatario, paradesinatario) Se considera la clasificación de notas de acuerdo a la mayor cantidad de párrafos que expresen opiniones, comentarios, argumentos e información tendientes a: 1) Prodestinatario: favorecer el Proyecto de ley y su sanción; 2) Contradestinatario: desfavorecer el Proyecto de ley y su sanción; 3) Paradesinatario: no hay predominio de ninguna de las dos lógicas argumentativas (a favor o en contra) y/o se presenta de manera equilibrada (igual cantidad) de argumentos para ambos destinatarios.

b.2. Formas nominalizadas para rimar argumentos: principales núcleos argumentales

b.3. Inclusión de citas: discurso directo e indirecto.

Consideramos que forma parte del fortalecimiento de los puntos nodales argumentales.

b.4. Producción de metacolectivos

4- EL ANÁLISIS DISCURSIVO: LAS NOTICIAS DE CLARÍN Y PÁGINA/12

El día del inicio de las Audiencias Públicas en el Congreso, el 8 de septiembre de 2009, la cantidad de publicaciones en los dos diarios fue de 14 noticias, distribuidas en: *Clarín*: 6 y *Página/12*: 8. Los títulos en cada caso fueron:

Página/12:

1. "Apoyo pleno" de la Federación de Trabajadores de Prensa
2. Concluyó la primera audiencia pública en Diputados
3. Críticas de la Asociación por los Derechos Civiles a la autoridad de aplicación
4. El presidente de FARCO pidió un "rápido tratamiento y aprobación"
5. El que quiera hablar que hable
6. Propuestas de cambios en algunos artículos
7. Un vínculo con los cables pelados
8. Yasky: "La ley tiene un fuerte efecto desmonopolizador"

Clarín:

1. Advierten que se pone en riesgo a las radios del interior
2. Con apuro del bloque K, concluyó la primera "audiencia pública" por la ley de medios
3. Crítica europea al control estatal de los medios
4. El País de España habla de la "ley mordaza" de los Kirchner
5. La oposición impugna y lleva el debate a Mendoza
6. Ley de Medios: la primera "audiencia pública" arrancará hoy sin público.

4.1- LOS ENCUADRES DE LA NOTA PRINCIPAL

Detectamos que la noticia principal, es decir, la que comunica el acontecimiento del inicio de las Audiencias, remite a la nota (2) en *Página/12* y en *Clarín* a la nota (10). Al comparar los títulos y encuadres se pueden detectar diferencias en torno a la construcción de los hechos que, en ambos casos, tendrá como foco la “duración” de las audiencias, hecho que es tomado como síntoma de una puja política más amplia. La información sobre los encuadres de los diarios se presenta en el cuadro 1⁴.

Página/12 titula, “Concluyó la primera audiencia pública en Diputados”. El copete pone énfasis en la cantidad de tiempo que duró la audiencia: “Luego de más de diez horas de exposiciones terminó la primera de las tres audiencias públicas convocadas para discutir el proyecto de ley de comunicación audiovisual”. Por otro

lado, *Clarín* titula “Con apuro del bloque K, concluyó la primera ‘audiencia pública’ por la ley de medios”.

El foco puesto en el tiempo de las exposiciones y en los mecanismos del debate público serán motivos para refutar y/o corroborar la propuesta de Ley. *Página/12* aclara: “comenzó con la lectura del reglamento de las audiencias, que prevén 10 minutos de exposición para cada una de las 44 ponencias previstas”. *Clarín* publica: “En la primera jornada hubo 44 expositores. Cada uno tuvo apenas diez minutos para fundamentar su posición. Así, el Gobierno da con apuro el primer paso en su intento por aprobar la norma, bajo fuertes críticas de la oposición y entidades periodísticas”.

Por otra parte, *Página/12* destaca en discurso indirecto la voz de Manuel Baladrón: “señaló que el oficialismo quiere que el proyecto ‘llegue con el mayor soporte de la participación y aporte de la gente posible’

PÁGINA/12	CLARÍN
<p>19:41 › LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACION AUDIOVISUAL</p> <p>Concluyó la primera audiencia pública en Diputados</p> <p>Luego de más de diez horas de exposiciones terminó la primera de las tres audiencias públicas convocadas para discutir el proyecto de ley de comunicación audiovisual. Manuel Baladrón, titular de la Comisión de Comunicaciones, afirmó que se analizarán cada uno de los documentos entregados.</p> <p>La reunión, presidida por los titulares de las comisiones de Comunicación y Presupuesto, Manuel Baladrón y Gustavo Marconato, comenzó con la lectura del reglamento de las audiencias, que prevén 10 minutos de exposición para cada una de las 44 ponencias previstas.</p> <p>Al realizar la apertura de la audiencia, Baladrón señaló que el oficialismo quiere que el proyecto "llegue con el mayor soporte de la participación y aporte de la gente posible" e hizo la recomendación de "escuchar y escucharnos respetuosamente" durante el debate (2)</p>	<p>Con apuro del bloque K, concluyó la primera "audiencia pública" por la ley de medios</p> <p>19:58]Cada expositor tuvo 10 minutos para hablar. El auditorio estuvo compuesto por diputados kirchneristas, asesores, taquígrafos y periodistas. Los legisladores de la oposición estuvieron ausentes, en disconformidad con la metodología impulsada por el oficialismo.</p> <p>Puntual, y prácticamente sin público, arrancó esta mañana en la Cámara de Diputados la ronda de audiencias sobre el polémico proyecto kirchnerista de ley de medios. En la primera jornada hubo 44 expositores. Cada uno tuvo apenas diez minutos para fundamentar su posición. Así, el Gobierno da con apuro el primer paso en su intento por aprobar la norma, bajo fuertes críticas de la oposición y entidades periodísticas (10)</p>
Cuadro 1	

e hizo la recomendación de 'escuchar y escucharnos respetuosamente'. Por el contrario, *Clarín* señala: "el Auditorio, con capacidad para 250 personas, mostró un auditorio limitado a diputados K, asesores, taquígrafos y periodistas. La mayor parte de los legisladores de la oposición decidió no asistir, en disconformidad con la metodología adoptada por el oficialismo". *Clarín* resalta en negritas: "Puntual, y prácticamente sin público, arrancó esta mañana en la Cámara de Diputados la ronda de audiencias sobre el polémico proyecto kirchnerista de ley de medios".

Al analizar la noticia principal, la cual comunica el acontecimiento observamos que cada matutino presentó un dispositivo enunciativo diferente basado en la duración del debate de las audiencias públicas. Este punto es emergente de un conflicto mayor que divide al campo social. Los grupos afines al kirchnerismo apoyan la sanción de la Ley y argumentan que el debate fue amplio, democrático y tuvo aportes y participación de todos los sectores sociales. En cambio, los grupos opositores, cuestionan los mecanismos de audiencias aludiendo que el debate fue apurado, que se redujo a sectores "k", que sus críticas fueron desoidas y que tanto la oposición como entidades periodísticas fueron excluidas de la participación.

4.2 FUNCIÓN DE LOS TÍTULOS: REFERENCIA Y OPACIDAD

40

Al observar la función de los títulos –metalingüística o referencial- detectamos que la función metalingüística se presenta en la mayoría de los títulos. Sin embargo, en tres noticias los encuadres son referenciales ya que proponen mayor opacidad en la información. En las notas (11) y (12) de *Clarín* hay poca relación entre la información presentada por el titular y los contenidos expuestos por las notas. En *Página/12*, el título de (7) es opaco y expone un doble sentido que sugiere una referencialidad hacia otras temáticas.

En la nota de *Clarín*: *Crítica europea al control estatal de los medios* (11) la información del título y los conte-

nidos no se corresponden. De modo que en los textos se publica una entrevista a Fabio Colasanti, (director general de la Sociedad de Información y Medios de Comunicación de la Comisión Europea) que aclara, al inicio de la nota, que no va a referirse a los contenidos del Proyecto de ley. Su discurso refiere a las desventajas económicas que el Proyecto representa para empresas españolas: elección de la norma japonesa y no de la europea en la tv digital (lo que perjudica la venta de convertidores europeos), y el límite de capital extranjero, que afecta en particular a Telefónica (principal interesada en ingresar en el negocio de la televisión y el triple play). En este caso, el título apunta a presentar a Europa como un ejemplo calificado para argumentar sobre el Proyecto de ley. Sin embargo, lo que prima en el texto son las desventajas que éste supone para los negocios de empresas españolas.

En la nota (12), *El País de España habla de la "ley mordaza" de los Kirchner*, *Clarín* propone la información publicada por el diario español El País que critica la relación de los gobiernos latinoamericanos con los medios. "Existencia de un 'eje bolivariano' contra la prensa; la iniciativa emparenta a Cristina Kirchner con los 'mandatarios latinoamericanos' que pretenden 'limitar' y hasta 'silenciar' las críticas; 'ley mordaza' de los Kirchner". En estas noticias se producen analogías entre la relación de los medios con distintos gobiernos latinoamericanos calificando el vínculo de: "derivatoritaria que intenta limitar la libertad de expresión"; "Bolivia de Evo Morales...silenciar a cualquier rival"; "Daniel Ortega, presidente de Nicaragua, fue muy claro este fin de semana: acusó a los periodistas de servir 'a los enemigos del pueblo'; "Rafael Correa ha desempolvado una ley especial para emprender procesos judiciales contra algunos medios.."

De manera que, en estos textos de *Clarín* los títulos no suponen un resumen de la información sino que refieren a otro tema: la relación entre los gobiernos latinoamericanos, en general y al de Cristina Fernán-

dez, en particular y los medios de comunicación. El énfasis en la conflictividad y violencia será el foco de la exposición.

En el caso de *Página/12*, la función referencial se evidencia en el título *Un vínculo con los cables pelados* (7). El texto apunta a la presentación de dos casos de gobiernos europeos que tuvieron conflictos con los medios de comunicación. El ejemplo de Inglaterra señala la disputa entre el magnate Murdoch por la participación de la estatal BBC. En España, se presenta la conflictividad entre el gobierno de Rodríguez Zapatero y el Grupo Prisa.

Página/12: nota (7)

"En Inglaterra, el magnate Murdoch protesta por la participación de la estatal BBC en lo que considera debe pertenecer al mercado. "La acusó de ser un monopolio estatal "dominante y autoritario" que amenaza la pluralidad e independencia periodística". En España, el gobierno de Rodríguez Zapatero marcó la conflictividad con el Grupo Prisa por la transmisión de fútbol, otorgando la posibilidad a su competidor Mediapro. Prisa acusó a la administración socialista de "intervencionismo descarado, inmoral e inadmisibles". "guerra del gobierno de Zapatero contra los medios independientes"

Página/12 termina la nota con una reflexión del periodista: "Muchos adjetivos para decir que en el fondo los medios de comunicación privados alaban el libre mercado y la competencia económica siempre y cuando nadie se meta con los rentables negocios que están acostumbrados a disfrutar. Un argumento que sonará familiar en la Argentina de estos días, mientras se debate la reforma de la Ley de Radiodifusión".

El conflicto al que alude esta nota, a diferencia del diario Clarín tiene que ver con la tensión entre los gobiernos europeos y los medios de comunicación. La opacidad del encuadre tiene aquí una intención refe-

rencial que enlaza el caso argentino en analogía con ejemplos europeos en los que se expone los intereses de los medios privados de comunicación en pugna con a las regulaciones estatales.

Advertimos que la función referencial de los encuadres produce mayor opacidad en la información y desplaza los temas centrales hacia otros hechos, casos análogos que favorecen la producción de sentido. En las tres noticias los contenidos giran en torno a ejemplos de países europeos y latinoamericanos en torno a la relación "medios y política". La diferencia en los modos de construcción del relato propuestos por cada diario establece diversos modos de lectura. En el caso de *Página/12* se evidencia la conflictividad producida por los intereses económicos de las empresas privadas de medios; en Clarín, en cambio, se hace foco en la censura impuesta por las regulaciones de los gobiernos latinoamericanos.

Observamos que estas noticias no aportan datos sobre el Proyecto de ley sino que establecen relaciones y modos de lectura de los acontecimientos basados en analogías con otros países. Como planteaba Verón, los títulos opacos no transmiten información sino que sirven para construir un contrato de lectura basado en la identificación del lector con determinados códigos culturales propuestos por el enunciador. En este propósito el metacolectivo "Europa" tiene un lugar central, como analizaremos en los puntos siguientes.

4.3. ENTIDADES DE LA ENUNCIACIÓN POLÍTICA

4.3.1. COLECTIVOS DE IDENTIFICACIÓN

Si hacemos una lectura de los títulos publicados en los dos matutinos encontramos diferencias enunciativas que evidencian la polarización del debate y la división de grupos en apoyo al Proyecto de Ley (prodestintario) y de sectores opositores a su sanción (contradestintario).

Si analizamos el caso de *Página/12*, los títulos se diri-

gen al prodestinatario: "Apoyo pleno" de la Federación de Trabajadores de Prensa (FATPREN); El presidente de FARCO pidió un "rápido tratamiento y aprobación"; Yasky: "La ley tiene un fuerte efecto desmonopolizador"; Propuestas de cambios en algunos artículos (FAPCA), (SICA), (FIMA). En Clarín las noticias están orientadas al contradestinatario: Advierten que se pone en riesgo a las radios del interior; Crítica europea al control estatal de los medios; El País de España habla de la "ley mordaza" de los Kirchner; La oposición impugna y lleva el debate a Mendoza; Ley de Medios: la primera "audiencia pública" arrancará hoy sin público.

Si clasificamos los contenidos de cada noticia según la cantidad de argumentos observamos que en *Página/12* predomina el prodestinatario: (1), (2), (4), (6), (7), (8), siendo una, la del contradestinatario: (3), y paradesinatario (5). En *Clarín* todas las noticias tienen mayores argumentos para los opositores del Proyecto: (9), (10), (11), (12), (13), (14).

Los contenidos de las publicaciones reflejan la polarización y los posicionamientos antagónicos en la superficie de los textos. Las modalidades de la enunciación política, la construcción de colectivos de identificación (nosotros y ellos) y los argumentos tienen correspondencias con las citas y las voces que se presentan en cada diario, como observemos en el próximo punto.

42

	PÁGINA/12	CLARÍN
Prodestinatario	(1), (2), (4), (6), (7), (8)	
Contradestinatario	(3)	(9), (10), (11), (12), (13), (14)
Paradesinatario	(5)	
Cuadro 2		

4.3.2. ACTORES: DISCURSO DIRECTO E INDIRECTO

En concordancia con los distintos modos enunciativos, en el cuadro 3, observamos las voces en discurso directo publicadas en cada matutino. *Clarín* presenta solo el discurso favorable de Manuel Baladrón (titular de las comisiones de Comunicación y Presupuesto) y, mayoritariamente las voces desfavorables: Fabio Colasati (director general de la Sociedad de Información y Medios de Comunicación de la Comisión Europea), el diario *El País* de España, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), el discurso del presidente del partido socialista Hermes Binner y la opinión de Héctor Huarte presidente de la Federación Argentina de Radios de Baja Potencia (FARBAP).

Por el contrario, *Página/12* presenta en su mayoría voces favorables que pertenecen al campo de las organizaciones de la sociedad civil: la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (Fatpren), el Foro Argentino de Radios Comunitarias (Farco), la Federación Argentina de Productores Cinematográficos Audiovisuales (FAPCA), el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA), la Federación Independiente de Músicos de la Argentina (FIMA) y Hugo Yasky de la Central de Trabajadores de la Argentina (CTA). Las voces del contradestinatario remiten principalmente al sector de la oposición política (UCR).

En este análisis se advierten algunas modalidades enunciativas que tienen que ver con la cantidad y visibilidad de voces a favor y en contra del Proyecto. *Clarín* invisibiliza las voces de agrupaciones que nuclean a los trabajadores del sector audiovisual, mientras que resalta las opiniones de empresas privadas de medios. *Página/12*, por el contrario, expone a los sectores que apoyan la iniciativa, principalmente las organizaciones sociales.

4.3.3. FORMAS NOMINALIZADAS PARA RIMAR ARGUMENTOS

Las formas nominalizadas permiten distinguir las argumentaciones y fundamentaciones que dan sentido

	PÁGINA/12	CLARÍN
Prodestinatario	Manuel Baladrón Gustavo Granero (Fatpren) Nestor Buso (Farco) Pablo Rovito (Fapca) Adrian Ciafa (Sica) Diego Boris (Fima) Hugo Yasky (CTA)	Manuel Baladrón
Conradestinatario	Silvana Giudici (UCR) Eleonora Ravinovich (ADC) Miguel Ángel Giubergia, vicepresidente de la Comisión de Presupuesto (UCR)	Héctor Huarte (FARBAP) Fabio Colasanti Diario El País Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) Hermes Binner
Cuadro 3		

y coherencia a las posiciones de prodestinatario y de conradestinatario. La relevancia de nuestro periodo de análisis, momento previo a la obtención de media sanción y sanción residen en que aquí se presenta un mayor despliegue de estrategias utilizadas para convencer a los paradesinatarios.

Los argumentos del cuadro 4 son extraídos de las voces de actores en discurso directo del cuadro 3. De modo que en cada diario se pondrá de relieve núcleos temáticos diversos y argumentos divergentes en relación a las voces de los actantes visibilizados. Los ejes del conflicto planteados por el conradestinatario giran sobre el procedimiento de las audiencias públicas propuestos por el oficialismo. Estos actores critican la duración y el momento del debate, la participación del público, la cantidad de participantes y el mecanismo y giran sobre los procedimientos de las audiencias; mientras que, las voces del prodestinatario apuntan a contestar, refutar y contraargumentar las críticas y cuestionamientos de los grupos opositores.

Los núcleos argumentales que giran sobre el proyecto de ley hablan del peso del Poder Ejecutivo en

la elección de los miembros que componen la Autoridad de Aplicación; la coexistencia de prestaciones de TV por aire y cable, el 35% de límite del mercado de la televisión por cable; el porcentaje de capital extranjero de las empresas y el ingreso de las empresas telefónicas.

Tanto el arco de centro-izquierda como los sectores de derecha emiten sus cuestionamientos al Proyecto. En el primer caso, los sectores de izquierda se oponen al Proyecto⁵ en lo que refiere a la autoridad de aplicación y al ingreso de las empresas telefónicas. Por otro lado, los sectores de derecha cuestionan el límite de mercado de la TV por cable, la coexistencia de TV por aire y cable, y el porcentaje de capital extranjero permitido.

El último eje argumental apunta a cuestionar al gobierno de Cristina Fernández. Aquí se plantea que el Proyecto es del Gobierno y apunta a atacar al grupo *Clarín*. Asimismo, se sostiene que es un gobierno con rasgos autoritarios, que pretende acumular poder, haciendo analogías con otros gobiernos latinoamericanos que censuraron a los medios y limitaron las

voces críticas.

Finalmente, los argumentos de los sectores oficialistas, a fines a la propuesta de cambio sostienen que el Proyecto es originado en las organizaciones sociales, en los 21 puntos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática.

Los prodestinatarios destacan que tendrá un efecto desmonopolizador, democrático y federal, y que protege el trabajo y los capitales nacionales y no el de las corporaciones.

En el análisis de la producción de formas nominalizadas para rimar argumentos detectamos que en su mayoría se proponen desde el contradestinatario y tienden al establecimiento de la tensión: "libertad de expresión-prensa independiente", versus "censura-gobiernos latinoamericanos".

Estas formas nominalizadas producen determinados efectos de sentido y condicionan las posibilidades interpretativas al fortalecer la mirada de los contradestinatarios del Proyecto.

4.3.4 METACOLECTIVOS SINGULARES

Entre los metacolectivos singulares relevantes para nuestro análisis destacamos el uso de "Europa", "gobiernos latinoamericanos", "libertad de expresión" y "medios de comunicación" ya que presentan en cada matutino un sentido divergente.

Para *Clarín*, los gobiernos latinoamericanos, al igual que el gobierno argentino ejercen una relación conflictiva, violenta y de censura con la prensa y los medios de comunicación. Se presenta a estos Gobiernos como un "atentado" a la libertad de expresión, un peligro para la democracia, las instituciones del Estado, la independencia del poder judicial, etc.

Los metacolectivos son visibles, además, en la comparación entre el caso argentino y países europeos. La relación que propone *Clarín* con el metacolectivo "Europa" funciona de un modo diferente al de *Página/12*. "Europa" representa al buen funcionamiento institucional, a países "desarrollados" que mostrarían de qué modo los mecanismos serían más plurales o democráticos. Para *Clarín* los países europeos supo-

	CONTRADESTINATARIO	PRODESTINATARIO
Duración del debate	Es necesario mayor debate. El proyecto desconoce las realidades del interior del país. Se convoca a audiencias paralelas en siete regiones del interior.	Los debates ya fueron realizados en los 23 foros en todo el país, y fueron "invisibles" para los medios dominantes. Hace 25 años que estamos esperando este momento. Es necesario sancionar ahora la Ley. Las audiencias paralelas son un lobby empresario. No hay duda de que los medios están metiendo presión y están desarrollando una campaña muy agresiva hacia los legisladores.
Participación del público	No habrá posibilidad de que el público participe y discuta el tema, ni de que puedan exponer todos los sectores interesados ya que por los tiempos que dio el kirchnerismo más de la mitad de los inscriptos ya está quedando afuera.	Ante el reclamo porque el público no tendrá acceso, se permitirá el ingreso "si hay lugar". Se habilitarán otras salas con pantallas para seguir las audiencias y funcionarán parlantes sobre la avenida Rivadavia; también habrá transmisión en directo por el sitio web de Diputados.

	CONTRADESTINARIO	PRODESTINARIO
Cantidad de participantes	Se contabilizaron 265 pedidos de participación en las audiencias y si el oficialismo no quiere extenderlas más de 4 días le dará lugar sólo a una parte de los interesados. Es una muestra de que no quiere debatir.	La Comisión de Comunicaciones informó que estaban anotadas para exponer unas 140 personas. Así, calculaban que en tres días se agotarían las audiencias y el plenario de comisiones podría emitir dictamen en 3 días. El oficialismo difundió la lista de los 44 expositores para la primera audiencia. Se les dio prioridad a los que se anotaron primero.
Mecanismo y procedimiento de Audiencias	Se impugnarán las audiencias porque la convocatoria no cumple con las condiciones reglamentarias: se convoca a través de medios de difusión nacional sin existir actas en las que figure la convocatoria. Se votó sin quorum, ni plazos razonables.	Las audiencias están regidas por un reglamento que fue elaborado en 2001 por el gobierno de la Alianza y que ya fue utilizado en otras oportunidades. Las audiencias se están haciendo en base al reglamento, dentro de la legalidad que implica que se deben cumplir todos los pasos para la convocatoria.
Momento de debate del Proyecto	El Proyecto es propuesto por el Gobierno y es sospechoso el apuro del Kirchnerismo por cerrar el debate en 3 días.	La reforma de la Ley de Radiodifusión no es un tema que aparece ahora en agenda política sino que viene siendo planteado por muchos sectores de la sociedad desde hace tiempo. Se planteó la Ley de Radiodifusión como uno de los temas de la agenda legislativa para este año. El oficialismo niega que se quiera sacar la ley en menos de 30 días.
Capital extranjero	No se puede discriminar sobre la base de la nacionalidad del capital. Nada permite sostener que una empresa nacional se vaya a comportar en forma diferente de una extranjera. Todas quieren hacer negocios.	El Proyecto de ley obliga a las propietarias de licencias a tener hasta un 60% de capital nacional. Favorece las productoras y trabajadores nacionales.
Autoridad de aplicación	La autoridad de aplicación debe ser autónoma, independiente de la estructura gubernamental. Se debe dar mayor poder al Congreso y equilibrar la representación del Ejecutivo y del Legislativo.	Se propone una Autoridad de Aplicación compuesto por cinco directores: tres serían nombrados por el Ejecutivo y dos, a propuesta de las fuerzas políticas minoritarias del Congreso.
Telefónicas	Es riesgoso sumar a las telefónicas a la propiedad de los medios, de por sí muy concentradas. La Ley creará un nuevo monopolio privado, el de las telefónicas.	Pensar en impedir la entrada de las telefónicas es no entender la dinámica del mercado. Debemos resolver cómo regularlas para que no arrasen con el mercado. El oficialismo está dispuesto a buscar consensos y "aceptar modificaciones" al Proyecto enviado.

	CONTRADESTINATARIO	PRODESTINATARIO
El gobierno kirchnerista	La iniciativa es un eslabón más de la estrategia de acumulación de poder de Néstor Kirchner. Los Kirchner se han lanzado en la Argentina a una dura batalla contra el principal grupo de comunicación del país, Clarín.	Fue producto de un "debate profundo", que partió de los 21 puntos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. No es un proyecto con intencionalidades sino que parte del pedido de más de 100 entidades". Tiene un efecto desmonopolizador y democratizador.
	Es una Ley mordaza que afecta al Grupo Prisa.	Pondrá a los medios al servicio del pueblo y no de las corporaciones. Hay que velar por los trabajadores de prensa y los habitantes de suelo argentino y no por las corporaciones.
	Revela en su articulado la voluntad de algunos mandatarios latinoamericanos de utilizar el poder para favorecer un ordenamiento legal destinado a limitar, a silenciar las críticas adversas.	La Ley tiene fuerte contenido federal y democrático. Hace efectiva la libertad de expresión, a partir de la democratización de la propiedad de los medios, lo cual abre las puertas a la pluralidad.
Cuadro 4		

46

nen "voces autorizadas", que tienen un "saber específico" y son expertas en el tema. Sin embargo, de lo que se trata es de empresas españolas y capitales europeos invertidos en el país. El planteo tiende a favorecer la tensión: "gobiernos latinoamericanos-política-autoritario", versus "Europa- expertos – libertad de expresión".

Página/12, por el contrario, presenta a los gobiernos europeos en tensión con los medios de comunicación que suponen empresas que buscan la rentabilidad. El conflicto, por lo tanto, se establece en la tensión entre las regulaciones estatales y la rentabilidad de dichas empresas.

Observamos que los metacolectivos: "Europa", "gobiernos latinoamericanos", "libertad de expresión" y "medios de comunicación" tienen sentido divergente según su uso por parte de los distintos grupos antagónicos. A través de ellos se construye el contrato de

lectura y se establece la complicidad con los enunciarios en la búsqueda de identificaciones y adhesiones a los imaginarios propuestos por el enunciador.

5. REFLEXIONES FINALES

El trabajo apuntó a detectar el funcionamiento de la enunciación en dos de los diarios más importantes de alcance nacional, emergentes en la polarización del debate social en torno de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. La relevancia ideológico-política del debate de la Ley reveló la imposibilidad del establecimiento de espacios neutrales, de los cuales, las coberturas periodísticas analizadas no fueron una excepción.

El abordaje conceptual partió de la noción de *enunciación* de Benveniste y su reelaboración en los textos de Eliseo Verón aplicada al campo de la comunicación y de la prensa. La investigación trabajó con dos nociones centrales del autor: el *contrato de lectura* y las

entidades del imaginario político. El recorrido metodológico planteó el estudio de la cobertura periodística mediante la técnica del análisis del discurso y la indagación se abocó a la detección de diferencias en la construcción de las noticias en *Clarín* y *Página/12*.

El análisis reveló diferencias en la enunciación que se tradujeron en modalidades distintas de producción del acontecimiento. Encontramos elementos en ambos diarios donde la información se orienta a la construcción de contratos de lectura. Este contrato fue visible en: 1) las divergencias en la construcción del acontecimiento principal; 2) la función de los títulos en relación al contenido de los textos; 3) la cantidad de encuadres y argumentos presentados para el prodestinatario y el contradestinatario respectivamente; 4) la visibilización de voces de actores en discurso directo, y 4) los elementos del imaginario político: tipos de destinatarios, formas nominalizadas para rimar argumentos y metacolectivos singulares.

Los posicionamientos de los matutinos fueron coherentes con la construcción de dispositivos enunciativos antagónicos. *Página/12* resultó el canal de expresión de las organizaciones de la sociedad civil, de trabajadores del sector audiovisual, de voces a favor de la propuesta de Ley y de sectores afines al Gobierno Nacional. *Clarín* vehiculizó las opiniones de empresas de medios, de entidades privadas del sector y de grupos alienados con el arco político opositor, tanto de izquierda como grupos conservadores que rechazaron el Proyecto. El prodestinatario fundamentó sus argumentos, principalmente en características del Proyecto referidas a su carácter democrático, plural y desmonopolizador. El contradestinatario asumió su posición en la crítica a los mecanismos y procedimientos de las audiencias, al estilo del gobierno kirchenrista, y, en menor medida, en aspectos referidos al Proyecto.

La investigación dio cuenta de la relevancia del análisis de la enunciación para el abordaje de la prensa

como actante político. En la propuesta de Verón, este análisis involucra la posición del enunciador y del destinatario, la imagen del que habla, la imagen del lector, la imagen de la relación establecida entre ambos y la relación del enunciador con lo que se dice. La articulación de esta propuesta con los elementos de la enunciación política (tres destinatarios, colectivos de identificación, formas nominalizadas y metacolectivos singulares) nos permitió ampliar aspectos del estudio del contrato de lectura en la prensa vinculados con las posiciones ideológico-políticas en la construcción de las noticias.

Le técnica del análisis del discurso bajo un enfoque sociosemiótico permitió detectar elementos en la organización de las noticias basados en modalidades del decir, más que en la información presente en los contenidos de los textos. El estudio detectó sedimentaciones de sentido que buscaron empatizar, convencer, o rivalizar con determinadas ideas, sectores o grupos. En nuestro caso de estudio, los metacolectivos: "Europa, medios de comunicación y libertad de expresión" tuvieron un lugar central en el establecimiento imaginarios sociales. La producción de sentido tendió lazos con una discursividad colonial que naturaliza ideas de dominio y control. Así, "Europa" obturó nuevas reactivaciones políticas latinoamericanas y se orientó a clausurar las significaciones emergentes derivadas de demandas históricas en materia de medios de comunicación audiovisual.

Nos queda el interrogante sobre el planteo de Verón acerca de si el discurso político supone la existencia de otros discursos que no son políticos. Detectamos que el discurso es indisoluble de la instancia de enunciación, que asume, en nuestro caso, modalidades antagónicas. Es decir, el mismo acontecimiento es presentado de manera radicalmente divergente según, las dos líneas editoriales. La imposibilidad de la neutralidad de la enunciación involucra a la imposibilidad de la posición de la prensa por fuera del campo

de lo político. Esta identidad política es actualizada a partir de la acción discursiva, en el juego retórico y argumental, en las citas en discurso diferido y en las estrategias de encuadre que establecen la enunciación política como forma de interpelación a la opinión pública.

6. NOTAS

1. Este trabajo está basado en la tesis doctoral denominada: "Política y medios: el debate de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la prensa nacional: Clarín, La Nación y Página 12 en el periodo: 2009 y 2013" dirigida por la Dra. Valeria Fernández Hasan en el marco del Doctorado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la UnCuyo, defendida en marzo de 2016. En esta investigación se indagó en 6 momentos del debate de la Ley: envío del Proyecto al Congreso, audiencias en Diputados, media sanción, sanción, audiencias Amigos de la Corte y declaración de constitucionalidad de la Corte Suprema de Justicia.

2. Investigación realizada por Albornoz (2006) sobre periodismo digital en los años 2004-2005, en la cual, Clarín y La Nación fueron parte de los casos de estudio.

3. El Grupo Clarín cuenta con más de 290 licencias en el ámbito audiovisual y es el grupo más grande en Argentina. Distintas investigaciones, entre ellas Díaz (2009, 2011), Borrrelli (2008c) (2013) (2010), Porta (2011), Varela (2001), Gago y Saborido (2011), Franco (2002) y Vitale (2009) ponen en evidencia el modo en que distintos medios de comunicación participaron en la construcción discursiva del régimen de la última dictadura militar. Clarín es considerado uno de los diarios "socios" de la dictadura en su adhesión a la ideología

militar y en la alianza comercial con el Estado como beneficiario de la compra a precios muy bajos de Papel Prensa en el año 1978.

4. Los cuadros presentados en esta investigación son de elaboración propia a partir de la información publicada por los diarios en estudio.

5. Es importante destacar que en esta etapa el proyecto de ley permitía el ingreso de empresas telefónicas en la tenencia de licencias y la autoridad de aplicación contaba con 5 miembros. Tras la negociación con los aliados, el kirchnerismo decide eliminar a las telefónicas y ampliar de cinco a siete los miembros de la Autoridad de Aplicación con la incorporación de dos representantes del Consejo Federal que se elegirían a mitad del mandato presidencial. Estos cambios permitieron el apoyo del sector de centro-izquierda en la obtención de la media sanción.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, L. (2006) *Periodismo Digital. Los grandes diarios en la Red*, Buenos Aires: La Crujía.
- Becerra, M. (2013) Relaciones entre medios y política en América Latina: nuevo escenario y nuevas regulaciones en el Siglo XXI. Clase dictada en el seminario "Los medios de comunicación como actores políticos: desafíos para el análisis actual en sociedades latinoamericanas", CAICYT, CONICET..
- Benveniste, E. (1997) *Problemas de lingüística general I*. México: Siglo XXI.
- Benveniste, E. (1999) *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo XXI.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005) *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Funchs, C. y Le Goffic, P. (1979) *Introducción a la problemática de las corrientes lingüísticas contemporáneas*. Buenos Aires: Hachette.
- Verón, E. (1985) El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media en *Les medias: experiences, recherches actuelles, applications*. Paris: IREP.
- Verón, E. (1987) La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política en Verón, E. et al. *El Discurso Político. Lenguajes y acontecimientos*, 11-26. Buenos Aires: Hachette.
- Verón, E. (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

8- NOTICIAS PERIODÍSTICAS

Página/12

1. <http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/subnotas/131402-42312-2009-09-08.html>
2. <http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-131402-2009-09-08.html>
3. <http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/subnotas/131402-42316-2009-09-08.html>
4. <http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/subnotas/131402-42311-2009-09-08.html>
5. <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-131395-2009-09-08.html>
6. <http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/subnotas/131402-42314-2009-09-08.html>
7. <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/subnotas/131395-42309-2009-09-08.html>
8. <http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/subnotas/131402-42317-2009-09-08.html>

Clarín

9. <http://edant.clarin.com/diario/2009/09/08/elpais/p-01994307.htm>
10. <http://edant.clarin.com/diario/2009/09/08/um/m-01994440.htm>
11. <http://edant.clarin.com/diario/2009/09/08/elpais/p-01994309.htm>
12. <http://edant.clarin.com/diario/2009/09/08/elpais/p-01994312.htm>
13. <http://edant.clarin.com/diario/2009/09/08/elpais/p-01994308.htm>
14. <http://edant.clarin.com/diario/2009/09/08/elpais/p-01994418.htm>

DATOS DE AUTOR:

Brenda Inés Di Paolo.

Argentina.

Doctora en Ciencias Sociales con mención en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Cuyo. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador. Docente de "Metodología de la Investigación en Comunicación" de la Licenciatura en Producción de Medios de la Universidad Nacional de Cuyo, sede San Rafael, Mendoza.

Afiliación Institucional: Becaria Posdoctoral de Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Incihusa, Centro Científico Tecnológico, Mendoza.

Área de especialidad: Discurso y medios.

Email: brendadipaolo@gmail.com

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO:

Di Paolo, Brenda. Clarín y Página/12 en el debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 21 Número 2, Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, enero a diciembre de 2017, p. 029-049. ISSN 1668-5628 - ISSN 2314-2634 (en línea).

RECIBIDO: 19-07-2016

ACEPTADO: 26-10-2016