

Rocío Orlando

**MEDIOS PRIVADOS Y NUEVOS GOBIERNOS
EN ECUADOR Y ARGENTINA**



FLACSO
FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES

2012

302.232
05d

**MEDIOS PRIVADOS Y NUEVOS GOBIERNOS
EN ECUADOR Y ARGENTINA**

BIBLIOTECA - FLACSO - EC	
Fecha:	30 de Mayo 2012
Proveedor:	
Canje:	
Donación:	Flacso

NE	007183
NS	38993
SERVIDOR	

Portada: Fabiano Kueva
Diagramación: Jaime Villarroel
ISBN: 978-9978-67-333-1

© FLACSO - Sede Ecuador
Pradera E7-174 y Diego de Almagro
Telf.:(593-2) 3238888
Fax:(593-2) 3237960
www.flacso.org.ec
Quito-Ecuador

Impreso en Quito-Ecuador, Marzo 2012

*Tesis para obtener el título de Maestría en Ciencias Sociales con
mención en Comunicación, de FLACSO - Sede Ecuador.
Autora: Rocío Orlando*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO .I	
Nuestra perspectiva de intelección teórico-metodológica.....	17
CAPÍTULO .II	
El contexto de discusión de las políticas de comunicación y medios en Argentina y Ecuador y los agentes de la discursividad política	39
CAPÍTULO .III	
Argentina: El diario <i>Clarín</i> . Deshistorización y presente absoluto en la historia de la Ley	63
CAPÍTULO .IV	
Ecuador: El diario <i>El Comercio</i> . Hibridación, opacidad y contaminación del ecosistema de la información.....	131
CONSIDERACIONES FINALES.....	193
BIBLIOGRAFÍA.....	215

INTRODUCCIÓN

Si viese claramente, y por anticipado, adónde voy, creo realmente que no daría un paso más para llegar allí. Quizás pensé entonces que saber adónde se va puede indudablemente ayudar a orientarse en el pensamiento, pero no ha hecho jamás dar un paso, todo lo contrario. ¿Para qué ir adonde se sabe que se va y adonde se sabe uno destinado a llegar?

Jacques Derrida

La presente investigación

El periodismo tradicional se encuentra hoy en una encrucijada en la mayoría de los países de América Latina. La llegada al poder de gobiernos de signo progresista en ciertos países de la región desde los primeros años del Siglo XXI, pateó el tablero de la configuración de las relaciones de fuerzas. En ese movimiento, los medios de comunicación privados, cuya naturaleza ya se había alejado tiempo antes del puro ejercicio de contralor de las instituciones democráticas, abrazaron con fuerza su actoría política, desplegando discursividades abiertamente propagandísticas y corporativistas, dispuestos a disputarle directamente la palabra política a los distintos gobiernos nacionales.

De este modo, en el contexto regional de 2009-2011, la comunicación mediatizada se ha convertido en un verdadero campo de batalla político, en el que distintos agentes se disputan la construcción de sentidos hegemónicos sobre el modelo de estado y de democracia. En efecto, en los años recientes, en diferentes países, las abiertas disputas entre empresas mediáticas y gobiernos nacionales, se han transformado en una de las líneas de conflictividad política más importantes, en el contexto de estados reformados. Estos son los casos de Argentina y Ecuador.

Con variaciones, en ambos países, las confrontaciones directas entre los medios privados y los gobiernos, desatadas a propósito de la discusión y sanción de nuevas Leyes de comunicación y radiodifusión, se instituyen, hasta la actualidad, como una de las líneas medulares del conflicto político, dentro de los procesos de transformaciones estatales, que se ejecutan en los dos casos con altibajos, hasta el tercer trimestre de 2011.

Asistimos a una lucha inédita que se inscribe en el “campo de la discursividad” (Laclau y Mouffe, 2010), y que consiste en sucesivos intentos por llenar de contenido el significante *democracia*. De un lado, las discursividades de los gobiernos, valiéndose de novedosas estrategias de comunicación, impugnan y desafían cierto modo de concebir la política, y de comprender y administrar lo público, objetando con fuerza el imaginario liberal de la prensa, y denunciando su actuación política y corporativa. Del otro lado, desde las discursividades mediáticas se está disputando el significado de democracia que la formación hegemónica de los gobiernos propone, como fundamento de las relaciones sociales. Se trata de claras configuraciones discursivas que apuestan a una rearticulación hegemónica, como parte de procesos políticos que están lejos de su cristalización. Veamos de qué se trata.

En América Latina, en los últimos 30 años los medios de comunicación han ido ocupando paulatinamente espacios que tradicionalmente le correspondían a las instituciones democráticas, fundamentalmente a la justicia y los organismos de control, proclamando así su condición de “cuarto poder”. El periodismo de investigación, en sus distintos formatos narrativos y soportes, se instaló como baluarte de dicha transformación, en un proceso, seguido por la creciente “mediatización de lo político” (Verón, 1998: 230), donde la televisión jugó un papel central en la produc-

ción de acontecimientos políticos (Verón, 2001). Poco a poco, el discurso del político se fue volviendo cada vez más mediático y el discurso de la información fue adquiriendo rasgos cada vez más políticos, con lo que se fueron desdibujando los límites de este mimetismo.

Dicho fenómeno coincidió con la paulatina crisis de legitimidad de la política y el debilitamiento del sistema político, que llevó, en muchos casos, a la desaparición de los partidos tradicionales, tal como los conocimos desde fines del siglo XIX y principios del XX. Como corolario, el carácter social de los medios se volvió medular (Verón, 1998: 2004).

Lejos del determinismo tecnológico, hoy es necesario reconocer que “la actualidad” (Rodrigo Alsina, 1999: 15) que habitamos es aquella construida *por* y *en* los discursos de la información, y que la esfera pública es, por tanto, mayoritariamente mediática. Sumado a esto, en los años recientes, asistimos en la región a un conjunto de transformaciones complejas en las relaciones entre los medios de comunicación y los gobiernos nacionales, que se advierten en cambios que interesan al presente trabajo, y que son de dos tipos: modificaciones en los contratos comunicacionales de los medios con sus públicos; y mutaciones en cuanto a la naturaleza y rol de los medios de comunicación privados, como agentes que están directamente involucrados en el conflicto nacional; “como parte principal del conflicto” (Borrat, 1989: 71). El contenido sustancial del libro echará luz sobre tales cuestiones.

El presente trabajo se escribe en un momento político particularmente interesante para la región: precisamente cuando en ciertos países latinoamericanos se discute en la esfera pública, de modo inédito, el estatus que tienen los medios de comunicación en la transformación del orden democrático contemporáneo, y más específicamente, su creciente actuación política (Borrat, 1989), y los vínculos de disputas, traducción y retraducción que estos mantienen con el poder político, y con otros agentes colectivos e individuales que ocupan posiciones diferenciales dentro del sistema político.

Y es que en el contexto regional de los últimos años se han venido suscitando una serie de discusiones teóricas y políticas, acerca de los límites del sistema mediático para incidir en la configuración democrática, y muy especialmente, sobre la condición de la prensa como agente que construye una discursividad política propia para incidir en el sistema polí-

tico: su rol, sus modos de funcionamiento y regulación, su función social y política, sus vínculos con otros agentes del sistema político, su mundo axiológico. En efecto, nunca antes la comunicación mediática había sido tan discutida públicamente. En tal sentido, es fundamental señalar que la movilización de tales debates ha recolocado el interés por la problemática del poder de los medios y/o de los medios del poder, a propósito de la discusión y aprobación de Políticas Nacionales de Comunicación y Radiodifusión, en distintos países latinoamericanos.

Concretamente, en Argentina y en Ecuador, en el período 2009-2010, los respectivos gobiernos han impulsado distintos procesos políticos tendientes a sancionar nuevos ordenamientos legales que planteen nuevas reglas de juego para la comunicación y los servicios de radiodifusión¹. Ello en reemplazo, no sólo de las antiguas normativas vigentes desde los últimos regímenes militares respectivos, sino también de las reformas parciales sancionadas en los subsiguientes períodos democráticos.

En Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 fue aprobada por el Senado de la Nación en octubre de 2009, durante el gobierno de Cristina Fernández (2007-actualidad). En Ecuador, la nueva Constitución (2008) sancionada durante el gobierno de Rafael Correa (2007-actualidad) dispone la aprobación de una nueva Ley Orgánica de Comunicación. Sin embargo, el debate regulatorio continúa abierto: el articulado se discutió con repetidas interrupciones entre diciembre de 2009 y enero de 2012 en la Asamblea Nacional sin obtener acuerdos políticos mínimos entre los bloques legislativos que permitan avanzar hacia el segundo debate ampliado.

Ciertamente, la discusión de tales Leyes fue posible por el fortalecimiento de las figuras estatales en materia de comunicación y medios; un ámbito que, cabe subrayar, en las últimas décadas estuvo postergado en las agendas políticas en la mayoría de los países latinoamericanos. Allí radica uno de los aspectos que vuelve relevante la publicación del libro, en términos sociales, culturales y políticos.

Dicho reposicionamiento del tema en las agendas de ambos gobiernos

1 En todos los casos, se enuncia la regulación de la comunicación; sin embargo, se busca regular la comunicación mediatizada: en el caso de Argentina, los medios audiovisuales, para el caso de Ecuador, se incluye también la prensa gráfica.

coincide con un proceso de transformaciones políticas a nivel regional. Desde la llegada al poder de gobiernos de corte progresista en los primeros años del Siglo XXI, América Latina ha venido experimentando una transformación política de diferentes características e intensidad según cada país, que se mantiene con variaciones hasta el tercer trimestre de 2011. En términos generales, los cambios implicaron el fortalecimiento de la figura estatal en la regulación de áreas estratégicas de la economía y la cuestión social, y la inclinación hacia un modelo de integración regional, para quebrar la “hegemonía unipolar de Estados Unidos” (Sader, 2009). Se trata de un “escenario posneoliberal” (Sader, 2008), en el que diferentes proyectos políticos se disputan la definición de un modelo de democracia (Dagnino et al, 2006). Se destacan los casos de Venezuela, Ecuador, Bolivia, y en menor medida, Argentina y Brasil.

Un segundo aspecto que muestra la relevancia política de la investigación tiene que ver directamente con las discursividades de la prensa. Los debates públicos sobre las Políticas Nacionales de Comunicación se desarrollaron siguiendo andariveles propios en cada país, pese a lo cual, es posible advertir “parecidos de familia” (Wittgenstein, 2008: 89) en cuanto al creciente enfrentamiento público que se dio entre los gobiernos y los medios de comunicación privados; y respecto a la férrea oposición por parte de estos últimos, a que existan Leyes que regulen sus actividades.

En particular, los periódicos *Clarín* (Argentina) y *El Comercio* (Ecuador), ambos de referencia dominante² dentro del mapa mediático de cada país, han instituido discursividades políticas de oposición directa a los respectivos gobiernos en todos sus frentes, y más específicamente, han resistido fuertemente la existencia de las Leyes, llevando adelante campañas propagandísticas, y tejiendo alianzas con diferentes agentes del campo social y político, también contrarios a las Leyes.

Desde el retorno a la democracia, rara vez un medio de comunicación desdeñó tan fácilmente la construcción del “efecto de realidad” (Barthes, 2002: 186), que caracteriza y define el dispositivo de enunciación periodístico -ocultamiento del sujeto de la enunciación y del sujeto del polo del reconocimiento, construcción de un mecanismo narrativo basado

² Las razones por las cuales sostenemos que estos periódicos constituyen medios de referencia dominante en cada país se explican en los Capítulos I y II.

en la imparcialidad y la objetividad, respeto del contrato de lectura, etc.-, para disputarle tan directamente la palabra política al gobierno nacional, y construir relatos abiertamente propagandísticos, corporativistas y auto referenciales. Se trata de desplazamientos inéditos que nos hablan de un retorno a la oferta de las vidrieras ideológicas del periodismo tradicional, y que se desarrollan mediante posicionamientos que están en función de apuestas políticas concretas.

A su vez, para estos gobiernos la comunicación mediatizada importa, y mucho. En vista de ello, movilizan estrategias comunicativas parecidas -aunque con ingredientes diferenciales- de contacto directo con los ciudadanos, que prescinden parcialmente de la intermediación mediática en el sentido tradicional³, intentando restituir la entidad política de la comunicación para preservar las “condiciones de verdad del discurso político” (Verón, 2011: 129). Lo interesante es que estos mismos discursos, al tiempo, impugnan fuertemente el imaginario liberal sobre los medios de comunicación, intentando deslegitimarlos en tanto agentes políticos de marcada incidencia en la configuración de la opinión pública.

Sobre todo en el caso de Ecuador, a partir de la construcción de un discurso mediatizado complejo por parte del ejecutivo, lo que se intenta hacer es disputarle a las empresas mediáticas del país el lugar privilegiado de construcción y reproducción de las representaciones sobre lo social y lo político. Se trata de una suerte de recuperación de terreno por parte de la institucionalidad de gobierno, en lo que respecta a esta función social clave, en un contexto de vigentes reformas estatales. Estamos frente a un polarizado conflicto por la construcción de los relatos sobre el país y la democracia.

En este marco, los fuertes posicionamientos de *Clarín* y *El Comercio* en contra de las Leyes resultan casos paradigmáticos para explicar con base empírica de qué modos las empresas mediáticas confrontan con

3 Con matices diferentes, los gobiernos nacionales a los que hacemos mención realizan un trabajo sistemático de comunicación política, que apunta al contacto directo con la ciudadanía y al uso intensivo de las nuevas tecnologías, en la línea de lo que Eliseo Verón ha denominado “campana oficial” (Verón, 2001:127-128). No obstante, dicha estrategia se complementa con la elaboración regular de información a partir de los códigos mediáticos; es decir, se producen contenidos “mediatizables” y se realiza un esfuerzo cotidiano de incidencia en la agenda periodística, mediante una estructura comunicacional propia, que incluye grandes infraestructuras, comunicadores, etc. Por ello, no es del todo correcto afirmar que se trata sencillamente de la prescindencia del espacio mediático, y de las negociaciones complejas que se juegan en la interfaz entre el discurso político y el discurso de la información.

los gobiernos cuando sienten amenazada su propiedad o el tamaño de sus audiencias (cuando ven amenazados sus intereses económicos), o bien cuando se enfrentan con una línea político-ideológica opuesta a sus intereses económicos y alianzas políticas.

Ciertamente, la oportunidad aparece a primera vista como un momento histórico privilegiado para la investigación. Pero claro, como “el punto de vista crea el objeto” (Saussure, citado en Bourdieu et al., 2008: 61), el terreno puede ser resbaladizo por la tentación siempre presente de avanzar arqueologías descriptivistas cercanas al determinismo tecnológico; o bien, lecturas sobre los medios como agentes que operan de modo aislado o clausurado respecto al tejido social, cultural y económico en que están insertos.

Este libro participa del debate actual sobre la incidencia de las discursividades mediáticas en el campo político y social, y sobre los vínculos de los medios y el poder político, en la construcción y transformación de las democracias en la región. Dentro de este campo de investigaciones, nos interesamos por el discurso de la información, y más específicamente, por la prensa, como dispositivo de enunciación específico y potente que construye de manera privilegiada -aunque no única- la “realidad en devenir”, que fabrica simbólicamente “la actualidad del mundo como realidad” (Verón, 2004: 226).

En las sociedades actuales, los medios de comunicación desempeñan un rol central en la “construcción de lo real en el discurso” (Verón, 1998: 126), y actúan de modo privilegiado en la producción simbólica de gran parte de los asuntos públicos de actualidad y de interés común (Alsina, 1999; Champagne, 1999; Verón, 1983), sobre los cuales las audiencias poseen solamente una experiencia mediatizada, no directa (Verón, 2001; Escudero, 2002). En efecto, la actualidad que habitamos es esencialmente aquella construida *por* y *en* los discursos de la información, pues estos juegan un papel significativo en la disputa por fijar sentidos sobre lo político; orientan y modulan temas (Grandi, 2002); fijan la agenda informativa (McCombs, 2004); elaboran una agenda política propia (Cañizales, 2005); posicionan y jerarquizan determinados actores, al tiempo que invisibilizan otros; definen las condiciones de acceso a la palabra pública (Mouchon, 2002); y establecen los límites de lo decible en un momento histórico determinado.

Si bien es cierto que dentro del debate actual sobre los medios en ciencias sociales, la lectura de la “dimensión política” (Champagne, 1999; Canelón, 1996) de tales discursividades constituye un tema de larga data, creemos, con todo, que es imprescindible mostrar con base empírica, de qué modos en ambos países, en el mosaico político de 2009-2010, se construye dicha confrontación. Cómo aquello que se configura discursivamente desde las páginas de los periódicos, es expresión de un juego político y económico de carácter mucho más amplio, y de una específica configuración de intereses corporativos.

En efecto, el progresivo enfrentamiento público entre los diarios y los gobiernos nacionales se instituyó como el encuadre principal que oscureció y entorpeció las discusiones públicas sobre las Leyes, desplazando los puntos nodales del debate -concepción de la comunicación como bien público; potestades del estado para administrar las frecuencias del espectro radioeléctrico; redistribución equitativa de las frecuencias según los tres regímenes de propiedad (público, privado y comunitario); desmonopolización de la propiedad de los medios; papel del estado en el fomento a la producción nacional por vía del establecimiento de cuotas de pantalla u otras estrategias; organismos reguladores, etc.- hacia el mero antagonismo entre dichos agentes. Y a su vez, las resistencias tan polarizadas que los medios mostraron frente a las Leyes, profundizaron el carácter confrontativo de las relaciones gobiernos-medios, antes mencionadas.

Teniendo en cuenta las consideraciones preliminares, se vuelve pertinente la pregunta central que guía la presente investigación: ¿Cómo construyeron *Clarín* (Argentina) y *El Comercio* (Ecuador) sus discursividades mediáticas sobre las Políticas de Comunicación y Medios, discutidas en dichos países en 2009-2010, y cuáles son las implicaciones políticas puestas en juego mediante tales construcciones? Lo que se busca mostrar es cómo frente a contextos histórico-políticos similares, cuando los medios ven amenazada su capacidad de maximización de beneficios o se enfrentan a gobiernos con líneas político-ideológicas opuestas a sus intereses empresariales, actúan de modos también similares.

Con vistas a tematizar las dimensiones complejas que se juegan en la discusión de las nuevas políticas en ambos países, la investigación busca indagar en las correlaciones de fuerza y los vínculos que se establecen entre el estado, los medios privados y distintos agentes que

actúan en el campo político en el período de análisis. Para ello, situamos la problemática como parte de disputas discursivas que, en los dos casos, se han convertido en un campo de batalla político, en donde *Clarín* y *El Comercio* han jugado un papel clave de resistencia a la regulación estatal de sus actividades, y a la modificación de las condiciones jurídicas y políticas en las que sus intereses pueden ser reivindicados como legítimos. Un aspecto nodal que sin duda encierra implicaciones para el futuro de las democracias en la región.

Desde el punto de vista teórico, avanzamos a partir de los desarrollos de la Teoría de la Producción Social del Sentido en su articulación con el Análisis Político de Discurso (APD). Se trata de una perspectiva de comprensión de los fenómenos sociales que se encuentra fuertemente anclada en la problemática de la significación, y en la que se indaga la articulación de los modos de comportamiento de los discursos con unas configuraciones políticas, situados histórica y espacialmente. Dicha perspectiva requiere considerar, desde luego, que el desenvolvimiento de las discursividades mediáticas se inscribe en relaciones de poder históricamente situadas que, de modo variable, inciden en la construcción de este tipo de discurso público. Para explicar tal articulación, la investigación se vale de elementos de análisis de la economía política. Sin dicha dimensión, el gran riesgo es el inmanentismo. Sin embargo, debemos señalar enfáticamente que no se trata de un estudio de economía política de los medios propiamente, sino de reconocer que, quienes nos interesamos por estas cuestiones, debemos asumir el peso que las condiciones de producción tienen en la generación de las discursividades que analizamos, así como las implicaciones políticas de investigar tal ligazón.

Metodológicamente, situados en el análisis en producción, se busca dar cuenta de las economías discursivas que ambos periódicos ponen a funcionar. Para ello, se indagan las tácticas discursivas y las líneas isotópicas dominantes de cada discursividad mediática, para definir, hacia el final, la estrategia discursiva general que pone a funcionar cada uno. Se procede mediante la combinación del análisis enunciativo, que busca señalar los comportamientos locutivos del enunciadador, con el análisis argumentativo, que intenta explicar las lógicas de razonamiento que caracterizan los distintos posicionamientos (Charaudeau, 2002).

En este punto, queremos referirnos de modo explícito al carácter comparativo del estudio. La primera pregunta que surge al respecto es: ¿Por qué comparar discursividades de distintos países? Ciertamente, las similitudes de los contextos políticos de debate en torno a las leyes en Ecuador y Argentina ofrecen una oportunidad histórica para estudiar comparativamente y con base empírica los discursos de la prensa, en tanto espacios que movilizan determinados intereses políticos y económicos, para luego ponerlos en relación con fenómenos más vastos del funcionamiento del cuerpo social, con los que a menudo las investigaciones del campo de la comunicación y los medios no establecen vinculaciones sistemáticas.

Se intenta conectar, en términos explicativos, el análisis de las discursividades mediáticas, los “modos del comportamiento del sentido” (Verón, 1998: 129) con la generación de proyectos y apuestas políticas que dialogan, se disputan y se traducen en Ecuador y Argentina hasta el tercer trimestre de 2011. En este sentido, creemos que la comparación aparece como un enorme desafío metodológico, y al mismo tiempo, como un valor agregado, en la medida que ha permitido establecer similitudes, concurrencias y diferencias entre los discursos mediáticos en ambos casos.

Si bien es cierto que la red de la semiosis se desarrolla en la articulación de los polos de producción y reconocimiento, pasando por la circulación (Verón, 1998), tal como lo señalara tempranamente Verón, el lector notará, sin embargo, que la presente investigación busca indagar exclusivamente el proceso de producción de las materias significantes de la prensa, reconociendo que para complejizar el análisis y potenciarlo, resulta fundamental indagar también en los procesos de recepción (gramáticas de reconocimiento). Una tarea que por cuestiones de intereses, preocupaciones teóricas, así como de tiempo y recursos, el trabajo no se propuso.

Asimismo, dentro de las múltiples opciones conceptuales y metodológicas de indagación de productos mediáticos que se cuentan en las ciencias sociales (lexicométrica, lexical, sintáctica, retórica, crítica, enunciativa, argumentativa, entre otras), optamos por las herramientas que ofrece la perspectiva de la teoría de la discursividad, en su articulación con el APD, para plantear relaciones sistemáticas entre los acontecimientos políticos, las relaciones de poder y la superficie discursiva. Así expuestos, estos son nuestros alcances y límites.

A continuación, presentamos al lector el orden y estructura del trabajo. En el Capítulo I, avanzamos el horizonte de intelección que guía el estudio. Nos referimos a los fundamentos conceptuales y metodológicos que constituyen nuestra perspectiva analítica. Allí presentamos nuestro lugar de enunciación y ciertas categorías fundamentales, teniendo en cuenta que las restantes categorías analíticas se despliegan conforme se desarrolla el estudio. En este apartado, se presentan también la delimitación del *corpus* de análisis, sus criterios de construcción, los contrastes metodológicos efectuados, la justificación de la periodización, y la definición del modelo analítico.

El Capítulo II corresponde a la presentación del contexto histórico-político de discusión de las Políticas Nacionales de Comunicación y Radiodifusión en los respectivos países en el período delimitado, así como la descripción de los agentes de las discursividades que nos ocupan. Se trata de una caracterización de los periódicos en clave de economía política de los medios, pues la descripción enfatiza en la configuración de los grupos mediáticos a los que pertenecen los diarios (grupo *Clarín* y grupo *El Comercio*), para mostrar su referencialidad dominante y la posición que ocupan dentro del mapa mediático de cada país.

El Capítulo III constituye el primer apartado propiamente analítico-explicativo. En sus páginas presentamos la caracterización de las líneas isotópicas y las tácticas discursivas, como regularidades que se imponen en *Clarín* sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, con vistas a definir su estrategia discursiva general. En ciertos puntos nodales se avanza mediante contrastes analíticos con *Página/12*. Asimismo, en el Capítulo IV se aborda la explicación de la estrategia discursiva general de *El Comercio* en relación a la Ley Orgánica de Comunicación en el período delimitado. Igualmente, se trata de explicar las líneas isotópicas y las tácticas discursivas dominantes que operan como invariantes, buscando contrastes en ciertos puntos nodales del conflicto, en este caso, con el diario *El Telégrafo*.

Por último, presentamos las consideraciones finales que articulan de modo sistemático todas las cuestiones discutidas a lo largo del trabajo. En primer término, mostramos los umbrales de convergencia entre las apuestas discursivas que hacen los respectivos gobiernos nacionales en el período de análisis, como marco y condiciones de posibilidad de las discursividades mediáticas, para pasar luego a la explicación final de las espe-

cificidades discursivas de cada diario y los parentescos y rasgos comunes, leídos en clave de procesos de construcción hegemónica en ambos países. El lector advertirá dos posibles ejes de lectura del estudio: a) Las particularidades y especificidades de la discursividad de cada periódico, puestas en relación con unas condiciones de producción histórico-políticas propias de cada país, claramente emplazadas en el período de análisis; b) Los parecidos de familia que presentan tanto las condiciones políticas de emergencia de tales discursos mediáticos, como las tácticas discursivas y líneas isotópicas que se imponen como regularidades del *corpus*.

Para finalizar, diremos que no puede haber un proceso investigativo y un texto como éste sin decisiones, pues toda investigación implica un punto de vista históricamente situado. Ello nos ubica en la cuestión de la objetividad. Coincidimos con Immanuel Wallerstein cuando señala que “La objetividad es la honestidad dentro del marco en el que uno se mueve” (2007: 16); es decir, creemos que la objetividad es necesaria y vital para toda investigación que se pretende científica; pero no aquella que reza la incuestionable distancia entre sujeto y objeto, sino la que entiende que, en tanto toda ciencia social está invariablemente comprometida con alguna causa, la explícite o no, de lo que se trata es de definir de modo claro los términos de referencia, pues somos lo que hacemos. En este sentido, una de las decisiones más contundentes que asume la investigación que el lector tiene en sus manos, es comprender a los medios como agentes con discursividad política. El recorrido del documento iluminará este punto sustancial.

Aquí vale una distinción epistemológica que a menudo se confunde en los estudios sobre discursividades mediáticas. Es necesario discernir entre dos planos analíticos distintos: los medios como actores del sistema político, que es una categoría más propia de la sociología, y la discursividad política de los medios, que es una categoría más propia del análisis político de discurso. Este estudio se mueve atravesando ambos pliegues, muy claros, sin embargo, de que nuestra elección fundamental (teórica y metodológica) está anclada en las teorías de la discursividad. Una discursividad que no puede ser sino política. Frente a un objeto de análisis cambiante y que políticamente es muy controvertible, ésta es la definición de nuestro lugar de enunciación.

CAPÍTULO .I

Nuestra perspectiva de intelección teórico-metodológica

*Para lograr ver y hablar del mundo tal cual es,
hay que aceptar estar siempre en lo complicado,
lo confuso, lo impuro, lo vago, e ir así
contra la idea común del rigor intelectual*

Pierre Bourdieu

“El punto de vista crea el objeto”, señala Saussure, marcando con esta idea un lugar de partida central y un horizonte insoslayable para la investigación que se pretende científica. Se trata de la preeminencia de la perspectiva teórica como guía necesaria y fundamental de indagación de los hechos sociales pues, como sostiene Bachelard, “lo real no tiene nunca la iniciativa puesto que sólo puede responder si se lo interroga” (Citado en Bourdieu et al., 2008: 61).

Nos ubicamos aquí, siguiendo a Bourdieu (2008), en la problemática de la construcción del objeto de la ciencia, en contra del análisis espontáneo dominado por la *doxa*. En sus palabras, “nada se impone más a las evidencias del sentido común que la diferencia entre objeto ‘real’, preconstruido por la percepción, y objeto científico, como sistema de relaciones expresamente construido” (Bourdieu et al., 2008: 58).

El hecho se conquista, se funda por razón de la preeminencia de conceptos sistemáticos, ya que “[...] un objeto de investigación, por parcial y parcelario que sea, no puede ser definido y construido sino en función de una *problemática teórica* que permita someter a examen sistemático todos los aspectos de la realidad puestos en relación por los problemas que le son planteados” (Bourdieu et al., 2008: 60). Esto quiere decir que la interpretación que hagamos de los hechos sociales se jugará en gran medida en la batería de herramientas teóricas que construyamos de cara a la investigación.

Las consideraciones previas nos colocan en la explicitación necesaria de nuestro lugar de enunciación, de la posición que adoptamos en el reconocimiento de los discursos que analizamos. En tal sentido, la presente investigación tiene como horizonte analítico de intelección la teoría de la producción social del sentido en su articulación con el Análisis Político de Discurso (APD). Se trata de una perspectiva de comprensión de los fenómenos sociales que se encuentra fuertemente anclada en la problemática de la significación. Desde esta concepción, el horizonte hacia el que caminamos, nuestro punto de llegada, es la articulación de los modos de comportamiento de los discursos con unos lugares políticos, situados histórica y espacialmente.

Actualmente, en el campo de las ciencias sociales existe cierto consenso interpretativo en el reconocimiento de la dimensión simbólica fundamental que encierran los procesos políticos y sociales, y en la comprensión respecto a que, es en dicha dimensión donde se juegan en gran medida las disputas de poder. En esta línea, asumimos la tesis planteada por E. Verón (1998) cuando señala que “[...] toda producción de sentido es necesariamente social y todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido” (1998: 125).

Dicho anclaje asume el giro lingüístico en toda su complejidad y comporta, por tanto, consecuencias conceptuales medulares. Primero, se trata del reconocimiento del entrelazamiento indisoluble entre acción y sentido, entre prácticas y discursos. Segundo, se reconoce la jerarquía de la categoría de discurso como lugar privilegiado de intelección de los fenómenos políticos. Lo anterior no implica incurrir en el equívoco de pensar que los hechos sociales en tanto entidades materiales no existen, ni tampoco la presunta idea de que entonces ‘todo es discursivo’. De lo que

se trata es de asumir que los objetos se constituyen invariablemente como “objetos de discurso”; es decir, que su especificidad semántica “depende de la estructuración de un campo discursivo”⁴ (Laclau y Mouffe, 2010: 146). O como apunta Verón, que “[...] es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social” (1998: 126).

Hasta aquí hemos referido que la perspectiva de la discursividad social está fuertemente anclada en la problemática del sentido. En este punto, agregamos otro postulado medular: estudiar el desplazamiento del sentido implica asumir necesariamente la “indeterminación constitutiva de la circulación del sentido” (Verón y Sigal, 2003: 5), lo que significa que ésta siempre es de carácter complejo, y sus efectos, por tanto, nunca pueden restringirse a uno solo⁵. Desde esta perspectiva, “se vuelve inútil la pretensión de ‘descifrar’ un texto” (Barthes, 2002: 70) pues lo que se genera es un “campo de efectos de sentido posibles” (Verón, 1998: 130). Así concebida, la teoría de la discursividad se aleja de los presupuestos de la teoría de la comunicación, entendida esta última como sistema de mensajes que transitan linealmente desde un emisor hacia un receptor⁶.

Partimos de la Teoría de Enunciación desde la concepción discursiva en la que el interés por la enunciación es, a todas luces, central. Se trata de una perspectiva de la analítica del discurso que, en la medida que se aleja de la idea restringida de la puesta en funcionamiento individual de la

4 Esto quiere decir que los significantes adquieren sentido únicamente en el marco de los juegos del lenguaje. Laclau y Mouffe ofrecen un ejemplo para ilustrar la afirmación. “Un terremoto o la caída de un ladrillo son hechos perfectamente existentes en el sentido de que ocurren aquí y ahora, independientemente de mi voluntad. Pero el hecho de que su especificidad como objetos se construya en términos de ‘fenómenos naturales’ o de ‘expresión de la ira de Dios’ depende de la estructuración de un campo discursivo” (2010: 146). En otras palabras, es solamente en el marco de una configuración discursiva específica que los objetos pueden producir sentidos.

5 Sobre este punto, Verón sostiene que han prosperado dos posiciones extremas. De un lado, la hipótesis determinista que se refiere a la linealidad de la circulación de los sentidos, y del otro lado, la tesis que sostiene que no es posible construir una ciencia del discurso, pues cada discurso puede generar cualquier sentido. Para Verón, ambas posiciones son falsas. De lo que se trata más bien es de buscar posiciones intermedias en el desfase que se produce entre producción y reconocimiento.

6 Hacia la primera mitad del siglo XX, en los estudios de comunicación prevalecía la línea investigativa y conceptual de la *Mass Communication Research*, centrada en los efectos de los *mass media* en los receptores. Una de las ideas centrales de dicha línea es el modelo de “aguja hipodérmica” o “bala mágica”, que entendía que los efectos de los medios eran unidireccionales, directos y homogéneos, y se ejercían sobre “la masa”, como un conjunto de individuos a quienes, por su carácter pasivo, se podía manipular fácilmente mediante la propaganda. Se trata de una perspectiva funcionalista de comprensión de los procesos comunicativos.

lengua, se distingue sustancialmente de la Lingüística. La enunciación está inscrita fundamentalmente en el interdiscurso, cuya propiedad constitutiva señala que “todo discurso está atravesado por la interdiscursividad, está en relación con otros discursos” (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 334). En palabras de Pêcheux y Fuchs:

La enunciación equivale a plantear fronteras entre lo que es seleccionado y precisado poco a poco (aquello por lo cual se constituye el universo del discurso) y lo que es rechazado. Queda así trazado en hueco el campo de “todo aquello a lo que se opone lo que el sujeto ha dicho” (1975: 20).

En este punto diremos que estamos frente a una perspectiva de análisis “eclectica”, que permite la recuperación y articulación de diversas fuentes conceptuales (Navarrete Cazales, 2009: 5) bajo la condición del ejercicio de la “vigilancia epistemológica” (Bachelard, 1974).

En dicha línea, y para avanzar en la articulación de nuestra arquitectura conceptual, se integran categorías analíticas de autores a partir de lo que estos tienen en común. Más allá de las diferencias y posibles oposiciones, nuestra articulación se realiza desde aquello que los autores comparten de los postulados principales de la propuesta del giro lingüístico, fundamentalmente Verón (1998; 2001; 2003; 2004), Laclau (1996; 2004) y Laclau y Mouffe (2010). A continuación, presentamos las categorías analíticas que consideramos fundantes de la perspectiva que adoptamos, haciendo la indicación central de que las restantes categorías se desarrollan conforme se despliega el análisis, en los Capítulos III y IV y en las consideraciones finales⁷.

Ahora bien, partimos de la conceptualización de discurso propuesta por Laclau y Mouffe (2010) y Laclau (1996) y su formulación de una teoría sobre el poder político centrada en la categoría de hegemonía. Esta perspectiva recoge fundamentalmente los aportes del `segundo Wittgenstein´ -el de las Investigaciones Filosóficas (1953)-, la crítica al estructuralismo introducidas por Lacan y Derrida, así como los avances del concepto de hegemonía aportados por Gramsci, para construir una

⁷ La elección de esta modalidad de presentación del estudio responde a las características propias del trabajo que realizamos y a un modo específico de exposición.

noción de discurso que subraya el carácter no suturado de toda formación discursiva, como una totalidad significativa que trasciende la distinción entre lo lingüístico y lo extralingüístico, y cuyo génesis de significado no puede estar en el sujeto.

Heredera del estructuralismo y sus críticas, esta reflexión se inscribe dentro del denominado Análisis Político de Discurso (APD), como un momento de síntesis de la tradición de pensamiento pos estructuralista. En este sentido, asume de manera definitiva varias cuestiones: a) El discurso no tiene su origen de significado en el sujeto; b) El discurso es forma y no sustancia, es decir, que los límites del discurso no se encuentran fuera de él sino en aquello que no se puede significar; c) Las diferencias entre lo discursivo y lo extra discursivo deben ser abandonadas; es decir, como señalara Wittgenstein mediante su concepto de “juegos del lenguaje”, el discurso comporta un carácter material por el cual lenguaje y acción constituyen una totalidad inescindible. En sus palabras: “Llamaré ‘juego del lenguaje’ al todo formado por el lenguaje y las acciones con las que está entretejido” (Wittgenstein, 2008: 25); d) “No hay pretensión filosófica de verdad, sino de verosimilitud” (Buenfil Burgos, 2004: 2), entre otras cuestiones porque la verdad sólo puede ser un efecto de discurso.

Para iniciar el detalle de la propuesta teórica de Laclau y Mouffe, diremos en primer término que una de las categorías analíticas claves es la de “articulación”, que se refiere a “toda práctica que establece una relación tal entre elementos, que la identidad de éstos resulta modificada como resultado de esa práctica” (2010:143). Para los autores, el discurso constituye precisamente la totalidad estructurada resultante de dicha práctica. En esta óptica, los agentes sociales ocupan posiciones diferenciales en el interior de aquellos discursos que constituyen el tejido social, que son definidas como “particularidades”. Por otro lado, hay antagonismos que crean fronteras que son internas a la sociedad. Esta perspectiva implica asumir el “carácter inerradicable del antagonismo” (Ibíd.). Esto es, que el conflicto y la división son constitutivos de lo social, son sus mismas condiciones de posibilidad⁸.

8 En este punto, la teoría de las articulaciones hegemónicas se aleja del modelo de democracia deliberativa propuesta por Jürgen Habermas puesto que para Laclau y Mouffe (2010), teniendo en cuenta que el antagonismo es la condición necesaria para la política, toda forma de consenso posible es el resultado de una articulación hegemónica.

Ahora bien, en la medida en que lo que opera a nivel del campo social es la “sobredeterminación”⁹ -concepto tomado del Psicoanálisis-; es decir, la condición por la cual “lo social se constituye necesariamente como orden simbólico” (Ibíd.:134), lo que interviene en tensión constante con el concepto de discurso es aquello que los autores denominan “campo de la discursividad”. Esta categoría alude a la doble dimensión constitutiva de lo social: el hecho de que todo objeto se constituye necesariamente como objeto de discurso y la imposibilidad de que ningún discurso logre realizar una sutura última; es decir, la imposibilidad de fijar sentidos definitivos.

Tal afirmación, que ciertamente implica asumir el giro lingüístico en toda su complejidad, comporta un corolario definitivo: en la medida que no hay fijación absoluta del sentido, entonces se vuelve imposible imaginar una sociedad unificada, cerrada. En palabras de Laclau y Mouffe: “El carácter incompleto de toda totalidad lleva necesariamente a abandonar como terreno de análisis el supuesto de ‘la sociedad’ como totalidad suturada y autodefinida” (Ibíd.: 151).

Así definida tal imposibilidad, para Laclau y Mouffe, lo que opera es la fijación parcial del sentido. Un punto que es fundamental, pues en él se enlaza el nudo de la propuesta teórica sobre la constitución de “formaciones hegemónicas”. Aquí los autores recuperan la crítica al significado trascendental formulada por Derrida, y el concepto de *point de capiton* (punto nodal) de Lacan, que se refiere a la operación por la cual un elemento particular asume la función “universal” estructurante dentro de un cierto campo discursivo, sin que su particularidad predetermine a esta última, para señalar que:

La imposibilidad de fijación última de sentido implica que tiene que haber fijaciones parciales. Porque, en caso contrario, el flujo mismo de las diferencias sería imposible [...] Si lo social no consigue fijarse en las formas inteligibles e instituidas de una sociedad, lo social sólo existe, sin embargo, como esfuerzo por producir ese objeto imposible (Laclau y Mouffe, 2010: 152).

9 “La teoría freudiana al enfatizar el proceso de sobredeterminación (condensación y desplazamiento), que interviene en la constitución de todas las formaciones psíquicas, ya había insistido en la imposibilidad de fijar el significado a través de una estricta correlación entre significante y significado. Esta tendencia se radicaliza en la teoría lacaniana, en la llamada lógica del significante” (Laclau, 2004: 4).

En esta línea, para los autores, el discurso mismo se constituye como tentativa por dominar el campo de la discursividad así definido, como “intento por detener el flujo de las diferencias, por constituir un centro” (Laclau y Mouffe, 2010: 152). O lo que es lo mismo: dada la proliferación de “significantes flotantes” en el campo político, la lucha hegemónica puede entenderse como “los intentos de las fuerzas políticas rivales de fijar parcialmente esos significantes a configuraciones significantes particulares” (Laclau, 2004: 5). Hasta aquí dejamos nuestro horizonte de intelección, para dar paso a las cuestiones de orden teórico-metodológico.

La delimitación del *corpus* de análisis

¿Por qué construir el objeto de análisis en la prensa escrita?

En las “sociedades posindustriales mediatizadas” (Verón, 2004: 224), los medios de comunicación desempeñan un rol central en la “construcción de lo real en el discurso” (Verón, 1998: 126), y se instituyen como el lugar por excelencia donde se construye “la gestión política de las representaciones sociales” (Verón, 2004: 225) que sostiene el funcionamiento de las democracias contemporáneas. Los medios actúan de manera privilegiada en la producción simbólica de gran parte de los asuntos públicos de actualidad (Alsina, 1999; Champagne, 1999; Verón, 1983), y juegan un papel significativo en la disputa por fijar sentidos sobre lo político pues orientan y modulan temas (Grandi, 2002), fijan la agenda temática (McCombs, 2004), jerarquizan actores, y determinan el acceso a la palabra pública (Mouchon, 2002). Ahora bien, toda producción social de sentido se manifiesta en una materialidad que define el punto de partida necesario para el análisis. Como apunta Verón:

Siempre partimos de ‘paquetes’ de materias sensibles investidas de sentido que son *productos*, con otras palabras, partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material [...] que son fragmentos de la semiosis (1998: 127).

Si decimos que se trata de cuerpos significantes que remiten al funcionamiento del sistema productivo de sentido, entonces, dentro del amplio universo que constituyen los discursos de los medios masivos, la investi-

gación trabaja específicamente con las materias significantes de la prensa escrita de Argentina y Ecuador, atendiendo a una serie de criterios teórico-metodológicos que se refieren a continuación.

En primer lugar, el interés por la producción de sentido de los discursos de la prensa gráfica implica asumir que ésta se instituye como un dispositivo de enunciación específico que construye de manera privilegiada -aunque no única- la “realidad en devenir”, que fabrica simbólicamente la actualidad de los acontecimientos de interés común, como “[...] uno de los terrenos donde se perfilan, con una forma dominante específica -la de la materialidad de la escritura-, los objetos que le son propios: los discursos” (Verón, 2004: 193).

En segundo lugar, se sostiene que tanto en Argentina como en Ecuador, aún a pesar del avance vertiginoso (aunque desigual) de los medios digitales¹⁰, la `gráfica` continúa marcando la agenda de los temas políticos que son considerados como los más relevantes y de actualidad a nivel nacional. Fundamentalmente porque dicha industria configura de modo privilegiado la agenda pública de temas que luego son retomados por el resto de los medios de comunicación, principalmente la televisión y la radio; pero también los llamados nuevos medios digitales y las herramientas 2.0 propias de la “cibercultura” (Lévy, 2007), en particular los *blogs*, que en tanto artefactos culturales y políticos, son usados como herramientas ligadas al periodismo ciudadano. Ambos casos, referencian de modo dominante la agenda que construye la prensa gráfica, actuando en numerosas oportunidades como “una caja de resonancia para los mensajes de los medios masivos”¹¹ (Wallsten, 2005: 25).

La importancia de la prensa gráfica reside en que la agenda que genera llega por “vías indirectas a los diferentes públicos” (Becerra y Mastrini, 2009: 25). En el caso de Argentina, el diario *Clarín* -de manera similar a su principal competidor y socio, el periódico *La Nación*- marca de modo predilecto la agenda de los temas políticos y económicos, principalmente

10 Argentina y Ecuador presentan niveles de penetración de internet muy distintos, siendo Argentina un país que muestra una “alta concentración de las conexiones de alta velocidad y banda ancha en las grandes ciudades, por parte de los sectores sociales medios y altos de la población” (Becerra y Mastrini, 2009: 62).

11 Traducción propia.

porque entre sus lectores se encuentran agentes del propio sistema de medios y del sistema político, incluidos formadores y líderes de opinión. En el caso de Ecuador, *El Comercio* constituye un periódico de referencia dominante que igualmente marca la agenda de los temas políticos que son considerados como los más relevantes a nivel nacional. En esta línea, y como segundo elemento de peso, se sostiene que la prensa sigue conservando espacio predilecto como lugar medular de configuración del debate público de ideas a nivel nacional.

Un tercer elemento relevante que justifica la elección del discurso de la prensa como objeto de análisis tiene que ver con los índices de acceso a dicha industria en ambos países. En el contexto regional, Argentina exhibe -junto con Uruguay y Chile- “los índices más altos de acceso a la prensa” (Becerra y Mastrini, 2009: 64), mientras que el mercado de la prensa escrita en Ecuador presenta “índices de acceso superiores a los del promedio latinoamericano” (Becerra y Mastrini, 2009: 122).

Por último, sostenemos una justificación de orden metodológico. Como señala Saur (2006), a diferencia de otros soportes mediáticos como la radio o la televisión, las piezas de prensa gráfica constituyen materias significantes de “mayor accesibilidad para el análisis” (Saur, 2006: 41), en términos de acceso y administración. Al respecto señala:

Esto nos allana el camino en el armado de un *corpus* lo más completo posible, al disminuir las dificultades de acceso al material [pues] en la actualidad la accesibilidad se ve facilitada aún más, por la presencia en la *World Wide Web* de la colección completa de ediciones de los periódicos estudiados (2006: 41).

Generalmente, los portales web de los periódicos cuentan con buscadores en línea de los archivos de noticias. Tal es el caso del periódico *Clarín*, más no de *El Comercio*, cuyos archivos se recogieron en físico, mediante trabajo de recopilación documental.

Criterios de Construcción del Corpus

El universo de la prensa escrita constituye un espacio complejo y heterónimo, por ello no es posible estudiar cualquier medio. Es necesario establecer “criterios de comparabilidad de los textos” (Verón, 2004: 72),

con vistas a generar un primer conjunto de delimitaciones y localizaciones en la construcción del *corpus* de análisis¹². En ese orden, hemos definido los siguientes criterios: periodicidad diaria, tipo de discurso periodístico y funciones predominantes: informativa e interpretativa¹³.

Es importante señalar que lo que permite establecer esta primera precisión es la articulación de los tres criterios tomados en su conjunto, pues considerados por separado posiblemente liberen la elección en otro sentido. Tal es el caso de ciertos productos que comportan sólo algunos de los atributos referidos. Por ejemplo, publicaciones que poseen periodicidades distintas (dominical, semanal, mensual o trimestral); o bien piezas que no son necesariamente de información; es decir, que no construyen la actualidad de los temas, como las revistas temáticas femeninas, infantiles, de variedades o deportivas.

Entonces, la articulación de los tres elementos nos permitió identificar un objeto preciso y un “género-P” (Verón, 2004: 197) dentro del discurso periodístico, en el sentido que apunta Verón: periódicos masivos de información, esto es, diarios destinados al gran público y por lo tanto de circulación masiva. Concretamente trabajaremos en el análisis de los periódicos *Clarín* (Argentina) y *El Comercio* (Ecuador), en atención a justificaciones que referimos a continuación.

En primer lugar, ambos periódicos fueron escogidos siguiendo criterios histórico-políticos, que se sostienen en hipótesis externas al *corpus*, vinculadas con las condiciones de producción de las discursividades. Fundamentalmente con el papel de opositores que jugaron dichos diarios en el marco de los debates de las nuevas Leyes discutidas en cada país en 2009-2010 respectivamente. Se sostiene que los matutinos habrían empleado estrategias discursivas similares para construir sus discursos de oposición y resistencia a los nuevos marcos legales. Dichas similitudes responderían, en parte, a su condición de empresas periodísticas tradicionales que defienden intereses políticos y económicos. Se trataría, además, de discursividades que,

12 Inicialmente no es correcto hablar de *Corpus* propiamente. Recién una vez construidas las delimitaciones precisas de las piezas que analizaremos, estamos en condiciones de referirnos al conjunto de textos en términos de *Corpus* de Análisis.

13 Todo texto contiene más de una función. De lo que se trata es de identificar los textos de prensa gráfica cuyas funciones *predominantes* sean la informativa y la interpretativa. En particular la informativa, dado que se constituye en modeladora de la actualidad (Verón, 2004).

en el marco de la discusión pública de las nuevas leyes, estarían involucradas de modo directo en el conflicto que narran y comentan.

A lo largo del trabajo se verá cómo los gobiernos de Fernández (Argentina) y Correa (Ecuador) y estos diarios han mantenido, casi desde el inicio de las respectivas gestiones presidenciales, relaciones de confrontación explícita que fueron *in crescendo* a lo largo del período de análisis. Un componente de peso, aunque no el único, que los colocó como agentes que construyeron discursividades políticas destinadas a confrontar con estos gobiernos de modo sistemático, lo que quedó demostrado a las claras durante los debates de las Leyes, momento en el cual ambos diarios desplegaron fuertes campañas propagandísticas de resistencia a la regulación de sus actividades por parte del estado.

En segundo lugar, dichas consideraciones histórico-políticas fueron cruzadas con un criterio formal propio del sistema de medios de cada país, la circulación nacional. La variable indica “la circulación neta pagada” (Diarios sobre diarios y Universidad Austral, 2008); es decir, la cantidad de ejemplares efectivamente vendidos por día. Una variable de análisis distinta de la tirada o tiraje, que se refiere a la cantidad de ejemplares impresos diariamente.

Se ha escogido tal criterio, aún sabiendo que los datos sobre la circulación de los periódicos no muestran, sólo ellos, su incidencia en la construcción de agenda. Esta última surge más bien de la confluencia de factores de poder y de datos de contexto propios del sistema de medios en el que funciona cada matutino (Valdettaro, 2009). De allí que en el Capítulo II se refiere exhaustivamente la posición que ocupan los diarios que analizamos dentro del mapa mediático de cada país, así como la conformación de los grupos económicos a los que pertenecen.

Un dato del caso argentino que muestra que la incidencia política y de tradición periodística de los diarios no depende exclusivamente de su circulación es justamente que los periódicos que cambiaron las formas de hacer periodismo en el país y que se posicionaron como medios que sentaban agenda, no fueron precisamente los más relevantes en circulación. Como señala el informe Las últimas cinco décadas del periodismo de diarios en Buenos Aires: “Ni El Mundo de la década del sesenta, ni La Opinión de la década del setenta, ni Tiempo Argentino en

1982, ni Página 12 desde 1987, fueron sucesos en ventas” (Diarios sobre diarios y Universidad Austral, 2008).

Hecha tal indicación, diremos que tanto *Clarín* como *El Comercio* constituyen publicaciones de referencia dominante en cuanto a circulación, y ambos periódicos forman parte de los grupos mediáticos más importantes de Argentina y Ecuador respectivamente. Este punto se aborda en el Capítulo II; sin embargo, aquí avanzamos los datos que corresponden exclusivamente a su posición en el mercado de la prensa escrita en cada país.

El periódico *Clarín*

En Argentina, desde hace muchos años, la oferta de prensa escrita está liderada de modo sostenido por el diario *Clarín*. Según el último estudio riguroso y exhaustivo con el que contamos, que arroja datos de 2004, el periódico concentra el 31% de la circulación de diarios a nivel nacional; es decir que “[...] de cada tres diarios que se venden en la Argentina, uno es *Clarín*” (Becerra y Mastrini, 2009: 65).

Para el año 2009, momento en que la presente investigación avanzaba en la construcción del *corpus*, existe información contrapuesta respecto a su circulación. Los datos fueron puestos en cuestión en el debate público, lo que muestra que el tema es de interés político y que a su alrededor existe una disputa de intereses. Con todo, según el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC)¹⁴, para septiembre de 2010, los días domingo el periódico mantiene una circulación promedio de 630.000 ejemplares, mientras que el promedio semanal de lunes a domingo es de 300.000. Con estas cifras, *Clarín*, además de liderar de lejos las ventas a nivel nacional, supera largamente a su principal competidor y socio comercial¹⁵, el diario *La Nación*, que para la misma fecha posee una circulación promedio de 295.000 ejemplares los domingos y un promedio semanal de 158.000¹⁶.

14 El Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) es el organismo que controla y certifica las circulaciones de diarios y revistas de Argentina, y constituye la fuente más confiable. Los datos de *Clarín* fueron consultados en http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=78.

15 En el Capítulo II referimos los tres emprendimientos en los cuales *Clarín* y *La Nación* son socios comerciales.

16 Los datos de *La Nación* fueron consultados en http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=134

A ello se suma su *readership*; es decir, el valor promedio del total de personas que leen el mismo ejemplar de *Clarín*. Se estima en 4 personas por número, lo que da un promedio aproximado de 900 mil lectores en el formato papel, y más de 1 millón en la web, que es la de mayor tráfico en América Latina.

Más atrás, en el tercer lugar, se sitúa *La Voz del Interior*, periódico de origen cordobés que pertenece al emprendimiento comercial Cimeco, cuyos propietarios son también *Clarín* y *La Nación* (Becerra y Mastrini, 2009). Los datos de septiembre de 2010 del Instituto Verificador de Circulaciones (IVC)¹⁷ indican que dicho periódico vende un promedio de 90.000 ejemplares los domingos y entre 50.000 y 70.000 los restantes días, lo que da un promedio semanal, de lunes a domingo, de 50.000 ejemplares. Metodológicamente, nos parece conveniente considerar *La Voz del Interior* como medio de carácter nacional y no sólo regional, por el volumen de ejemplares vendidos por un lado, por la extensión geográfica que abarca, pero también por la consideración de que Argentina no es sólo Buenos Aires¹⁸. Lo anterior confirma que en Argentina en el tercer trimestre de 2010, la competencia por la venta de los tres periódicos de mayor circulación nacional se realiza entre socios comerciales.

Hay que destacar que *Clarín* vende el 88% de sus ejemplares en Capital y provincia de Buenos Aires, mientras que sólo el 12% restante circula en la zona geográfica que se conoce coloquialmente como 'el interior del país'¹⁹ (Valdettaro, 2009). Por lo tanto, si bien la caracterización del periódico como de alcance nacional es válida, se debe tener en cuenta, no obstante, siguiendo a Valdettaro, que "se trata de un diario porteño por que se edita en Capital Federal y porque allí es donde [tiene] la mayoría de los lectores" (Valdettaro, 2009: 57).

17 Los datos de *La Voz del Interior* fueron chequeados en http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=141, y luego, fueron triangulados con periodistas del diario y con personal del área de ventas.

18 Agradecemos al Dr. Daniel Saur por sus comentarios y sugerencias sobre este aspecto.

19 La expresión "el interior del país" se emplea de modo coloquial en Argentina para referirse en un sentido descriptivo al resto de las provincias argentinas, con excepción de Buenos Aires y, más específicamente, Capital Federal.

El periódico *El Comercio*

En Ecuador el mercado de la prensa escrita se encuentra liderado por el diario *El Comercio*. Junto con el periódico *El Universo*, ambos controlan la oferta. Becerra y Mastrini señalan que tanto en términos de circulación y de peso en la opinión pública, como en facturación y beneficios generados por las empresas editoras, dichos diarios concentran más del 65% de las ventas (Becerra y Mastrini, 2009). Como aquí nos interesa particularmente la variable circulación, cabe destacar que *El Comercio* exhibe el 32% de la circulación nacional de periódicos, ya que se estima que su circulación media es de 100.000 ejemplares entre semana, 120.000 ejemplares los sábados, y 180.000 ejemplares los domingos.

Los contrastes del *Corpus*

El análisis de discurso trabaja sobre los contrastes, sobre las “relaciones interdiscursivas” (Verón y Sigal, 2003: 4). Para poder dar cuenta de la especificidad de cada discursividad, así como de las “variaciones sistemáticas” (Verón, 2004) existentes entre ellas, es necesario proceder por comparación buscando contrapuntos pues “un conjunto discursivo no puede jamás ser analizado ‘en sí mismo’: el análisis discursivo no puede jamás reclamar ‘inmanencia’ alguna” (Verón, 1998: 127).

Lo anterior comporta una consecuencia doble: las discursividades siempre deben ser puestas en relación con unas condiciones de producción específicas, y metodológicamente es necesario proceder mediante la comparación dentro del mismo *corpus* de análisis. Fundamentalmente porque se trata de comparar discursos producidos bajo condiciones de producción disímiles. En palabras de Verón:

Tratándose de una búsqueda de *invariantes discursivos*, asociados a determinadas condiciones de producción, la única manera de hacer *visibles* estos *invariantes* es hacer variar las condiciones: jamás se puede trabajar sobre *un* discurso; hay que comparar siempre discursos sujetos a condiciones productivas diferentes (1998:138).

Desde esta perspectiva, se incorporaron al conjunto de textos analizados de manera adicional piezas específicas de los diarios *Página/12* (Argentina) y *El Telégrafo* (Ecuador) respectivamente, escogidas cuidadosamente en los momentos más expresivos de los debates de las leyes en cada país, según la periodización que referimos enseguida.

En los Capítulos III y IV respectivamente, se especifican en detalle las piezas que se analizan de los diarios *Página/12* (Argentina) y *El Telégrafo* (Ecuador). Ciertamente se trata de una incorporación justificada e imprescindible desde el punto de vista teórico-metodológico. Con todo, a los fines del manejo de las piezas, y con vistas a potenciar la productividad explicativa del estudio, no es plausible incorporar al análisis el mismo volumen de piezas de los diarios principales *Clarín* y *El Comercio*, pues no debemos perder de vista que el objetivo primordial de la investigación es llegar al segundo nivel de análisis: la comparación mayor de estas dos últimas discursividades.

El periódico *Página/12*

Desde su aparición en 1987, el diario *Página/12* se encuentra vinculado con una posición político-ideológica que se podría denominar como 'centro izquierda'. Se trata de un periódico que, por sus características de producción de contenidos y propuesta editorial *sui generis*, construye, siguiendo a Valdettaro (2003), "una estética clásicamente rupturista de la Modernidad" (Valdettaro, 2003). El matutino posee una circulación sustancialmente menor a *Clarín*. Argentina Mediamap es uno de los pocos informes que publica las cifras de lectores del periódico. Según esta fuente, fueron en promedio 51.000 por día, de lunes a domingos, en 2005. Al no estar registrado el diario en el Instituto Verificador de Circulación (IVC), se desconoce a ciencia cierta la cantidad exacta de ejemplares que circulan²⁰.

Para la elección de dicho diario, se consideró igualmente un criterio político de peso. En claro contraste con *Clarín*, desde 2009 *Página/12* ha mantenido una discursividad de apoyo a las políticas del gobierno de Cristina Fernández, que se identifica rápidamente a partir de la indagación de su línea editorial. Este dato se encuentra relacionado con el hecho de

20 Un dato interesante es que casi el 60% de sus lectores posee entre 18 y 52 años y pertenecen al nivel socio-económico medio y medio alto (AB y C1/C2).

que durante ese mismo año, el matutino fue el segundo medio del país que mayor pauta oficial recibió: 41,6 millones de pesos argentinos.

El periódico *El Telégrafo*

En el caso de *El Telégrafo*, si bien en el Capítulo IV se explica su génesis y trayectoria como medio público estatal, cabe señalar que desde su aparición se sostiene con fondos del estado ecuatoriano y posee una circulación mucho menor a la de *El Comercio*. Se estima que es de 25.000 ejemplares diarios, mayoritariamente de distribución gratuita. Aunque desde su nacimiento como medio público en 2008 el matutino ha intentado desarrollar una línea editorial autónoma respecto al gobierno nacional, sin embargo, ha construido una discursividad muy cercana al proyecto político liderado por Rafael Correa.

Entonces, tanto *Página/12* (Argentina) como *El Telégrafo* (Ecuador) constituyen universos de lectura relativamente cerrados, que construyen lectores cualitativamente diferentes a los de *Clarín* y *El Comercio*, principalmente desde el punto de vista ideológico-político, pues ambos presentan una propuesta editorial afín a los respectivos gobiernos en el período de estudio. Por supuesto, la afirmación anterior no implica asumir que *Clarín* y *El Comercio* no construyen líneas político-ideológicas. Lo que se busca destacar es que, al ser estos últimos periódicos generalistas de circulación masiva, poseen un amplio arco de lectores que los ubica en la categoría de 'diarios de centro'. Específicamente, *Clarín* es el matutino que llega en forma más pareja a los distintos niveles socioeconómicos de Argentina²¹.

Es fundamental subrayar que en los dos países objeto de análisis donde los climas de opinión a favor y en contra de los gobiernos se han ido polarizando de manera marcada en el período de estudio, haciendo que las líneas editoriales de los periódicos se endurezcan, la articulación de estos componentes (línea editorial + lector modelo) resulta fundamental en términos metodológicos, justamente porque se constituyen en el eje principal de las "variaciones sistemáticas"²² (Verón, 2004: 76) dentro del corpus construido.

21 Ver al respecto: Revista Infobrand digital. ¿Quién lee cuál? 6 de febrero de 2007. En <http://www.infobrand.com.ar/notas/8556-%bfqui%e9n-lee-cu%e1l%3f>.

22 Por ejemplo, en Fragmentos de un Tejido (2004), para establecer el eje principal de las variaciones sistemáticas del corpus de análisis, Eliseo Verón emplea el criterio de consumo diferencial, muy vinculado a la noción de clase.

Resumiendo, serán comparados dos grupos de textos periodísticos informativos y de opinión extraídos de un mismo género de publicaciones de comunicación masiva, periódicos masivos de información, que fueron seleccionados en relación con un referente constante (hablan del mismo proceso), pero construyen líneas editoriales (variaciones político-ideológicas) muy disímiles en relación a los respectivos gobiernos.

Justificación de la Periodización

Si asumimos que los conjuntos discursivos que analizamos se instituyen como una “configuración espacio-temporal de sentido” (Verón, 1998: 127), entonces las piezas del *corpus* construido están históricamente situadas. Se trata de un “principio de localización histórica” (Verón, 2004:78) que resulta un componente fundamental de la investigación en tanto hace parte de las condiciones de producción de los discursos.

La indagación, por consiguiente, se efectúa a partir de una agrupación sincrónica de los textos, atendiendo al contexto histórico-político de cada país para el período 2009-2010, que se describe en el Capítulo II. Se trata de establecer recortes en la superficie discursiva de los periódicos. Así, los cortes temporales de *Clarín* y *El Comercio* quedaron establecidos de la siguiente forma.

Para *Clarín* se establecieron tres recortes, atendiendo a los acontecimientos políticos nodales y los momentos más expresivos del proceso de discusión y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. Así, quedaron definidos los períodos:

Período 1 “Apertura”: Considerando que el ejecutivo presentó la propuesta del proyecto de Ley oficial el 18 de marzo de 2009, se analizan las piezas del diario que abordan el tema el mismo día 18 de marzo y los 4 días posteriores. La justificación metodológica, que cuenta también para los períodos siguientes, reside en la captación del día domingo posterior a la fecha nodal, que constituye el de mayor circulación del periódico, y es el día en que el diario le dedica mayor espacio a ciertos temas, así como un mayor nivel de profundización en el tratamiento periodístico. En este período se analizaron 9 piezas.

Período 2 “Interludio”: Teniendo en cuenta que el proyecto de Ley obtuvo media sanción en la Cámara de Diputados el día 16 setiem-

bre de 2009, se analizan las piezas del diario que abordan el tópico el mismo día 16 de setiembre y los 4 días posteriores. En este período se analizaron 55 piezas.

Período 3 “Cierre”: Dado que el proyecto fue convertido en Ley por la Cámara de Senadores el 10 de octubre de 2009, se analizan las piezas del diario que abordan el tema ese mismo día y los 2 días subsiguientes. En este período se analizaron 25 piezas. Sumados los tres cortes temporales, en total hemos focalizado 89 piezas en *Clarín*.

En el mismo sentido, para el caso de *El Comercio*, se establecieron tres cortes temporales, atendiendo igualmente a los acontecimientos políticos nodales y los momentos más expresivos del proceso de discusión de la Ley Orgánica de Comunicación en la Asamblea Nacional. Así, quedaron definidos los siguientes tres períodos:

Período 1 “Apertura”: Considerando que la presentación del proyecto de Ley coincidió temporalmente con la conformación de la Comisión Ocasional que discutió el tema al interior de la Asamblea el día 15 de setiembre de 2009, se analizan las piezas del diario que abordan el tema desde el 12 hasta el 20 del mismo mes. En este período se analizaron 26 piezas.

Período 2 “Interludio”: Teniendo en cuenta que a mediados del mes de diciembre se firmó el acuerdo ético-político entre los jefes de los bloques políticos de la Asamblea, y que también por aquellos días se postergó el primer debate general de la Ley en el pleno del Legislativo, se analizan las piezas del diario que abordan el tema desde el 7 al 17 de diciembre de 2009. En este período sumamos además piezas de octubre y noviembre, pues en ese momento de transición se cumplió el plazo estipulado por la Nueva Constitución para la sanción de la Ley Orgánica de Comunicación. En este período se analizaron 76 piezas.

Período 3 “Clausura”: Finalmente, dado que el proyecto debía ser convertido en Ley por la Asamblea Nacional a mediados de junio de 2010, se avanza en el análisis de las piezas del diario que abordan el tópico la semana previa, y luego, la semana posterior a la planificada sanción de la Ley. Este último corte se completa, además, con piezas del mes de julio, período en que la sanción de la Ley quedó postergada en la Asamblea Nacional hasta el momento en que se escribe la presente investigación. En

dicha etapa se analizaron 13 piezas. Sumados los tres cortes temporales, en total hemos focalizado 115 espacios en *El Comercio*.

Es pertinente señalar que para el caso ecuatoriano nos pareció incorrecto nombrar el tercer corte temporal como `cierre`, pues el proceso de sanción de la Ley no tuvo uno; es decir, la discusión política y las posibilidades de llegar a acuerdos mínimos sobre cómo continuar el proceso al interior de la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea quedó clausurado, imposibilitado de llevar a término el debate por lo que, al momento en que se publica la presente investigación, el debate regulatorio continúa abierto en Ecuador.

El camino por delante

Hasta aquí hemos delineado la analítica general de la discursividad, la empresa teórica que guía nuestra investigación. Hemos referido también los criterios de selección de la prensa gráfica como objeto de análisis, precisando los criterios de construcción del *corpus*, así como los contrastes y la justificación de la periodización. Llegados al último punto del presente acápite, conviene señalar dos aspectos metodológicos fundamentales.

Primero, se trata del gran tópico al que se refieren los textos escogidos. Todas las piezas de los periódicos que se analizan fueron seleccionadas en relación a un “invariante referencial” (Verón, 2004: 72), pues `hablan` de lo mismo, narran y comentan el mismo tema. A saber: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 en el caso de *Clarín* y *Página 12*, y la Ley Orgánica de Comunicación, para *El Comercio* y *El Telégrafo*. Segundo, el análisis que avanzamos incluye todas las piezas de los diarios que se refieren a dichos tópicos; esto significa que se trabaja sobre una lectura y análisis extensivos del *corpus*, y no mediante selección de muestras.

Ahora bien, ¿Cómo procede nuestro análisis? El objetivo principal de la investigación consiste en caracterizar y explicar desde una perspectiva comparada el modelo de discursividad que proponen *Clarín* (Argentina) y *El Comercio* (Ecuador) sobre las nuevas políticas de comunicación y medios, discutidas en estos países en 2009-2010 respectivamente; y definir las implicaciones políticas puestas en juego mediante dichas construcciones discursivas.

Como hemos dicho, con este objetivo como horizonte y teniendo en cuenta el conjunto de consideraciones teórico-metodológicas previas, procedemos mediante un modelo analítico comparativo en dos niveles: En primer término, se estudian las construcciones discursivas de *Clarín* a partir de los contrastes y variaciones sistemáticas con *Página/12*. En segundo término, se analizan las construcciones discursivas de *El Comercio* puestas en relación con *El Telégrafo*. Finalmente, se buscan contrastes explicativos en términos de convergencias y divergencias entre la estrategia discursiva propuesta por *Clarín* y la que propone *El Comercio* en relación a las Políticas de Comunicación y Medios discutidas en Argentina y Ecuador en 2009-2010 respectivamente.

Situados en el análisis en producción, se busca dar cuenta de las economías discursivas que ponen a funcionar los periódicos. Nuestro análisis consiste en estudiar los conjuntos discursivos mediáticos en relación con sus condiciones de producción. Pero hay que decir que, en el marco de la teoría de la “semiosis social” desarrollada por Verón (1998) con base en el modelo ternario de Pierce entendida como red infinita de significaciones, al momento de efectuar dicho análisis, lo que estamos haciendo es “reconocer” un conjunto de textos de la prensa, justamente mediante la producción de nuestro trabajo. Una tarea que ciertamente engendra una nueva “gramática de producción” (Verón, 1998) con reglas y operaciones propias.

Para ello se analizan las tácticas discursivas y las líneas semánticas dominantes de cada discursividad mediática para definir, hacia el final, la estrategia discursiva general que pone a funcionar cada uno. Se procede mediante la combinación del análisis enunciativo, que busca señalar los comportamientos locutivos del enunciador, y el análisis argumentativo, que intenta explicar las lógicas de razonamiento que caracterizan los distintos posicionamientos (Charaudeau, 2002).

Nos interesa indagar en las condiciones de producción de los discursos, buscando reconstruir el proceso de producción de sentido partiendo de los productos; es decir, de la descripción de las “marcas dejadas como huellas en la superficie de las materias significantes” (Verón, 2004: 127). Este modo de proceder metodológicamente responde a la hipótesis teórica según la cual todo texto contiene en su superficie marcas que

pueden ser interpretadas precisamente como “huellas” de las operaciones discursivas de generación, o como “huellas” que definen el sistema de referencias de las lecturas o efectos posibles de esos discursos.

Para Verón, el estudio de “lo ideológico” en tanto dimensión analítica implica justamente poner en relación ciertas huellas con sus condiciones de producción (Verón, 2004), teniendo presente que las operaciones como tales no son visibles en la superficie textual, sino que se deben reconstruir partiendo de las marcas de los operadores. Se trata de dar cuenta de las reglas de generación, esto es, de las “gramáticas de producción” (Verón, 1998: 128) de los discursos.

Aquí vale hacer una salvedad clave. En el marco de la perspectiva analítica que guía la investigación, la distinción entre condiciones de producción y discursos producidos es puramente metodológica-epistemológica, y de ninguna manera implica asumir que existiría una ‘realidad’ que sería de un primer orden, y luego una discursividad que estaría en el nivel de las representaciones, de los sentidos o de las ideas. Las condiciones de producción y de reconocimiento contienen siempre otros discursos. Como apunta Verón, “la semiosis está a ambos lados de la distinción: tanto las condiciones productivas cuanto los objetos significantes que nos proponemos analizar contienen sentido” (Verón, 1998: 129). De este modo, la semiosis se instituye como red de relaciones entre los productos-conjuntos discursivos- y sus condiciones de producción.

Las propiedades que se buscan explicar son aquellas que se constituyen como los invariantes de los discursos, o lo que es lo mismo, las propiedades relativamente estables que son recurrentes y se imponen en el nivel discursivo. De lo que se trata es de explicar las formas de “articulación de un modo de enunciación y un lugar social determinados” (Maingueneau, 1995, citado en Charaudeau y Maingueneau, 2005).

Partimos del principio de la indeterminación relativa de sentido como eje que vertebra el funcionamiento discursivo otorgándole al texto un carácter plural, abierto, susceptible de una multiplicidad de lecturas. Asumir tal condición como definitiva implica posicionarse lejos de la causalidad lineal y, *ergo*, en una posición distante de la idea del efecto único y unilateral del sentido. En su lugar, lo que se genera es un “campo de efectos posibles” (Verón y Sigal, 2003: 3), o como diría Barthes, “un

espacio de múltiples dimensiones” (Barthes, 2002: 69). En esta línea, y como ya referimos, es precisamente el carácter no lineal de la circulación del sentido lo que distingue la teoría de los discursos sociales de una teoría de la comunicación.

CAPÍTULO .II

El contexto de discusión de las Políticas de Comunicación y Medios en Argentina y Ecuador y los agentes de la discursividad política

En economía política la libre investigación científica tiene que luchar con enemigos que otras ciencias no conocen. El carácter especial de la materia investigada levanta contra ella las pasiones más violentas, más mezquinas y más repugnantes que anidan en el pecho humano: las furias del interés privado

Karl Marx

Nuevos gobiernos y nuevas Políticas de Comunicación y Radiodifusión

Los debates sobre nuevas políticas públicas, dirigidas a establecer nuevas reglas de juego para la radiodifusión y para la comunicación, se posicionaron en la escena pública de Argentina y Ecuador en el período 2009-2010, luego de décadas de postergación en la mayoría de los países latinoamericanos. Dicho reposicionamiento fue posible en virtud del estatus prioritario que el tópico asumió en la agenda legislativa de los respectivos gobiernos nacionales. Tal modificación en la forma de concebir la comunicación como bien público, los medios de comunicación en particular -su naturaleza, su estatus, su rol, sus objetivos-, y el papel que debe asumir el estado como garante del derecho a la comunicación y administrador de las frecuencias radioeléctricas,

se explica en parte, atendiendo a los antecedentes políticos y al contexto de ambos países y del ámbito regional en el período de análisis.

Para avanzar sobre dichas cuestiones primeramente diremos que desde la llegada al poder de gobiernos de corte progresista en los primeros años del Siglo XXI, América Latina ha iniciado una transformación política de diferentes características según cada país, que se mantiene con variaciones hasta el tercer trimestre de 2011. En términos generales, los cambios implicaron el fortalecimiento de la figura estatal en la regulación de áreas estratégicas de la economía y la cuestión social, y la inclinación hacia un modelo de integración regional para quebrar la “hegemonía unipolar de Estados Unidos” (Sader, 2009). Se trata de un “escenario posneoliberal” (Sader, 2008) en el que se destacan los casos de Venezuela, Ecuador, Bolivia, y en menor medida, Argentina y Brasil.

Llegados a este punto, y para situar precisamente los escenarios políticos en los que se inscribieron las discusiones públicas sobre las nuevas leyes en Argentina y Ecuador, resulta pertinente la explicación de Dagnino, Olivera y Panfichi (2006) sobre la disputa por la construcción democrática en América Latina.

Los autores tematizan la lucha por la construcción de la democracia en los países de la región partiendo de la tesis respecto a que, lo que existe en la actualidad son relaciones de tensión y conflicto entre distintos proyectos políticos, siempre en proceso y siempre contradictorios, que buscan imponerse como la mejor opción en cuanto a modelo de democracia. Se trata de la lucha entre tres proyectos políticos distintos, que se disputan sentidos, se tensionan, se traducen: un proyecto de tipo autoritario, un proyecto de corte neoliberal y un proyecto político democrático participativo. Los tres, no obstante, comparten una plataforma mínima de acuerdos en relación con el proceso democrático y las instituciones imprescindibles del Estado de Derecho. Y al mismo tiempo, lo que opera en los países de la región, siguiendo a los autores, es una “plataforma política máxima”, orientada por el principio de radicalización y profundización de la democracia, que apunta a la participación de la sociedad en el ejercicio del poder²³.

23 Sobre este punto, los autores aclaran que se trata de una matriz política y un conjunto de ideas que si bien no ha sido implementada en ninguno de los países de la región, sin embargo, ha orientado diferentes prácticas políticas de un número significativo de actores en diferentes países (Dagnino et al., 2006: 48).

Desde dicha perspectiva, el proyecto político se define como “un conjunto de creencias, intereses, concepciones del mundo y representaciones de lo que debe ser la vida en sociedad, los cuales orientan la acción política de los diferentes sujetos” (Dagnino et al., 2006: 43). Ahora bien, considerando que el proyecto autoritario se encuentra en “estado de latencia”, de modo más específico lo que funciona en la región es “una confrontación entre los proyectos neoliberal y democrático participativo, que constituyen la polaridad que regula el debate político actual” (Dagnino et al., 2006: 48). Este último punto es medular para nuestra argumentación pues, como veremos hacia el final del trabajo, las luchas políticas que se dan entre las discursividades mediáticas y los discursos que asumen los respectivos gobiernos nacionales en el período de análisis pueden explicarse precisamente en esta clave.

Diremos que esta disputa por la definición del sentido de la democracia entre diferentes proyectos políticos sobrevino en los países de la región luego de la consolidación y afianzamiento de la matriz neoliberal en la mayoría de los países latinoamericanos, en particular en cuanto al achicamiento del estado y la implementación de una democracia procedimental.

Cabe subrayar que la formulación del proyecto neoliberal se sostuvo fuertemente en los fundamentos políticos y económicos del Consenso de Washington²⁴. Sin embargo, su implementación en los distintos países varió según los diferentes contextos nacionales; de allí que su ejecución haya sido diferencial y gradual.

Tal aspecto es de vital importancia pues existe toda una discusión teórica acerca de los alcances que conservaría el neoliberalismo en las democracias latinoamericanas actuales²⁵. No obstante, se ha formulado cierto acuerdo interpretativo en situar el desgaste parcial de la matriz neoliberal, como la ventana de oportunidad principal para el acceso al poder de gobiernos de corte progresista, en varios países de Latinoamérica. En tal

24 Al inicio del proceso estas transformaciones fueron conceptualizadas por una parte de la literatura, como la emergencia de una “nueva izquierda” (Avritzer, 2009; Castañeda, 2006).

25 De acuerdo a Emir Saïder (2008), el neoliberalismo sigue siendo hegemónico en el conjunto de América Latina pues sigue fuerte en México, en Chile, así como en Brasil y en Argentina, aunque en estos dos últimos países haya gobiernos más “contradictorios”.

sentido, coincidimos con Sader²⁶ cuando señala que en la actualidad lo que operan son diferentes tipos de Estados en América: los neoliberales como México, aquellos que buscan refundar el Estado, como Bolivia, Ecuador, Venezuela, y aquellos otros que recomponen capacidad regulatoria y de inversión, como Brasil y Argentina (Sader, 2008).

En vista de lo anterior, diremos que lo que funciona actualmente es una doble coexistencia, de diferentes proyectos al interior de cada estado por una parte, y de estados muy diferenciales a nivel regional, por otra. Con todo, en el marco de la problemática planteada en la presente investigación, se sostiene que, más allá de las diferencias históricas, políticas, culturales y económicas, es plausible establecer similitudes entre Argentina y Ecuador en cuanto al fortalecimiento²⁷ de la figura estatal en materia de Políticas Públicas de Comunicación y Medios.

En Argentina, el fortalecimiento del estado en este ámbito se llevó a cabo durante la gestión de Cristina Fernández (2007-actualidad). En 2009 la postergada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual vio la luz y su aprobación marcó un quiebre en la historia de las Políticas Públicas de Comunicación en el país, al tiempo que imprimió nuevas coordenadas en las relaciones entre el poder político y los medios de comunicación privados.

En Ecuador, la Nueva Constitución sancionada en 2008 introduce derechos de la comunicación novedosos y la obligación de que la Asamblea Nacional sancionara una nueva Ley Orgánica de Comunicación hasta octubre de 2009. Los debates sobre el nuevo ordenamiento se llevaron a cabo en el Legislativo entre diciembre de 2009 y julio 2010, en el marco del creciente enfrentamiento que mantienen desde casi el inicio de

26 Emir Sader es uno de los teóricos latinoamericanos que ha trabajado el tema de manera sistemática en los últimos años. Sader le atribuye a Bolivia, Ecuador y Venezuela su gran capacidad de “refundación del Estado” al hecho de que durante la década de 1990, en estos países, la doctrina neoliberal no se arraigó con tanta fuerza. A diferencia de países como Argentina, Chile, México, Colombia, Perú y Brasil, que vivieron otros procesos, y donde efectivamente este modelo caló hondo, fundamentalmente porque logró fuertes consensos y adhesiones por parte de las clases políticas dirigentes, que implementaron, a grandes rasgos, políticas monetarias restrictivas, políticas fiscales restrictivas, liberalización para el comercio y para las inversiones, privatización de servicios y empresas públicas, y desregulación de los mercados.

27 En este punto, preferimos emplear el concepto de fortalecimiento en lugar de recuperación ya que, si bien durante la década de 1990 la figura estatal permaneció reducida a su mínima expresión en estos países, ciertamente no había desaparecido y creemos necesario señalar tal diferencia. Agradecemos al prof. Dr. Daniel Saur por sus comentarios sobre este punto.

la gestión el ejecutivo y los medios de comunicación tradicionales. Hasta el momento en que se publica nuestro trabajo, la sanción del articulado permanece trabada por falta de acuerdos políticos. Hasta aquí dejamos el somero análisis del contexto político regional macro donde se inscriben las discusiones públicas y los discursos que analizaremos, para pasar a la descripción en particular del contexto político de Argentina y Ecuador en el período de análisis.

Argentina: La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N°26.522

Los debates sobre un nuevo ordenamiento legal enfocado a establecer nuevas reglas de juego para la radiodifusión es un tema “viejo” en Argentina, si por viejo se entienden las últimas casi tres décadas: tres años de dictadura y veintiséis de democracia. Un extenso periodo democrático, donde lo que sobraron fueron parches legales que profundizaron la concentración y privatización del sistema de medios.

La creación de una nueva Ley de Medios que se ajuste a los tiempos democráticos y represente los intereses de amplios sectores sociales del país constituye una reivindicación histórica, compartida por diferentes actores políticos y sociales que han venido trabajando en el proyecto desde la restitución de la democracia y más específicamente desde 2004. Se trata de universidades nacionales, organizaciones sociales y de derechos humanos, sindicatos y un amplio espectro de la ciudadanía²⁸ que desde el espacio de la *Coalición por una Radiodifusión Democrática*²⁹ instaló públicamente en Argentina el reclamo por una ‘Ley de la democracia’. Los “21 puntos” impulsados por la Coalición y los tratados internacionales sobre derecho a la información y libertad de expresión fueron postulados como las bases del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

28 Una recopilación interesante de testimonios de especialistas y militantes de la comunicación sobre la Ley en Argentina puede consultarse en Voces. Propuestas y debates hacia una nueva ley de medios (2009).

29 Desde la Coalición, estos diferentes actores han creado el proyecto y lo han defendido ampliamente. Incluso importantes representantes de la cultura a título personal se comprometieron y trabajaron para sacar adelante la nueva Ley, aunque en términos políticos no adhirieran al proyecto de gobierno o adhirieran sólo en parte. Los amplios consensos y las adhesiones de diferentes organizaciones fueron constatadas durante el trabajo de campo realizado para esta investigación, en diálogos con integrantes de la Coalición, y con Diputados y Senadores de fuerzas políticas opositoras al kirchnerismo.

que presentó el ejecutivo y, en ese proceso político, la *Coalición* se instituyó como “el actor colectivo de la sociedad civil protagónico en el debate sobre el tema, siendo reconocido como la fuente de origen y legitimidad del proyecto de Ley sancionado en 2009” (Córdoba, 2010:8).

El momento esperado por las organizaciones se concretó en octubre de 2009, cuando el Senado de la Nación sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 que regula la actividad de medios audiovisuales (radio y televisión) en el país. Su aprobación se dio durante el gobierno de Cristina Fernández, quien llegó al ejecutivo en 2007 de la mano del Kirchnerismo³⁰. Esta fuerza político-partidaria ha venido configurando una “nueva hegemonía discursiva” (Martínez, 2010: 4), mediante la “emergencia y proliferación de un conjunto de enunciados que entran en abierta relación adversativa con los tópicos centrales de la discursividad neoliberal” (Martínez, 2010: 3).

En esta línea, el gobierno nacional puso a funcionar un proyecto político de fortalecimiento de la figura estatal en diferentes áreas, enunciado en medidas concretas: generalización de la asignación familiar por hijo, re estatización del sistema de jubilaciones y pensiones, rescate de la empresa Aerolíneas Argentinas, cambios en el esquema de retenciones a la exportación de productos agrícolas, reapertura de los juicios contra crímenes de lesa humanidad cometidos durante la última dictadura militar, sanción de la ley de servicios audiovisuales, entre otras. Estas medidas llevadas adelante en el período 2008-2009 han marcado pautas sobre la orientación política del proyecto que activó el gobierno. Sin embargo, es necesario matizar este punto pues el proyecto no es homogéneo y los cambios, hasta el tercer trimestre de 2010, aún son difusos.

Grosso modo estas son las condiciones políticas de emergencia de un proyecto de Ley impulsado desde el ejecutivo, destinado a regular la actividad de los medios de comunicación, y de características anti monopólicas y redistributivas del espectro radioeléctrico.

30 Se conoce con el nombre de “kirchnerismo” a la fuerza político-partidaria de raíz peronista surgida en 2003 a partir de la figura política de Néstor Kirchner, quien ejerció la presidencia de Argentina en el período 2003-2007.

El proceso de discusión y sanción

El 18 de marzo de 2009 el ejecutivo hizo público el proyecto de Ley oficial que tomaba como base los “21 Puntos” de la Coalición por una Radiodifusión Democrática³¹. En agosto, después de haber recibido aportes en 24 foros desarrollados en distintos puntos del país, el proyecto fue enviado a la Cámara de Diputados, donde obtuvo más de 100 modificaciones; luego el 16 de setiembre alcanzó media sanción con 146 votos a favor, 3 en contra y 3 abstenciones, tras más de 13 horas de debate. 104 legisladores de la oposición estuvieron ausentes, pues los bloques opositores abandonaron la sesión sin votar. Finalmente, el 10 de octubre el proyecto fue transformado en Ley por la Cámara de Senadores, con 44 votos a favor y 24 en contra, como Ley N° 26.522.

La sanción de la Ley marca un quiebre en la historia y configuración del sistema de medios que operó en el país en los últimos treinta años. Fundamentalmente porque introduce la concepción de la comunicación como bien público y legisla para quebrantar precisamente el esquema concentrador y privatista que ha funcionado en el país, apuntando a la democratización y universalización de las tecnologías de la información y la comunicación, mediante la incorporación de cláusulas fundamentales, como la desmonopolización de la propiedad de los medios y la redistribución del espacio radioeléctrico, que permite que las organizaciones sin fines de lucro accedan plenamente a licencias de radiodifusión.

Es fundamental subrayar que el proyecto de Ley, así como las posteriores disputas en torno a su legalidad y legitimidad, generaron un debate público inaudito en Argentina y en la región, acerca de la incidencia del sistema mediático en la configuración del orden democrático moderno. Esta discusión recolocó el interés por el problema de la incidencia de los medios en el campo político y social, y sobre los vínculos densos de las empresas mediáticas y el poder político en la Argentina de los primeros años del Siglo XXI.

31 A través de conversaciones mantenidas con integrantes de la Coalición recogimos el dato de que a los tres meses de haber asumido la presidencia, Fernández se reunió con los integrantes del colectivo para recuperar los “21 Puntos” para el proyecto oficial de Ley.

En este punto cabe introducir un aspecto central para nuestro trabajo que hace parte de las condiciones de producción de las discursividades que nos ocupan, y que ayuda a explicar las dinámicas políticas que operaron como encuadre de los debates de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Desde el inicio de la gestión de Cristina Fernández, se modificaron sustancialmente los vínculos que el Ejecutivo había mantenido con los medios privados durante el gobierno anterior: los acuerdos políticos y los vínculos de connivencia de los años previos que favorecieron discrecionalmente a los medios privados transitaron hacia enfrentamientos públicos cada vez más crecientes.

Un punto nodal de esta mutación fue el *lock out* agropecuario de marzo de 2008³². Este episodio se instituyó como punto de inflexión, marcando el inicio de la ruptura definitiva de relaciones entre el gobierno y el multimedios *Clarín*. Este último se posicionó abiertamente a favor de los reclamos de las patronales agropecuarias en dicha coyuntura, y en adelante, construyó una discursividad política de oposición al gobierno en todos sus frentes que fue *in crescendo* en términos de polarización y virulencia, como se verá en el Capítulo III. Entonces, desde 2008, la disputa política en el país se desplazó de manera definitiva al terreno mediático y en particular la confrontación entre estos dos agentes creció progresivamente, contaminando los debates de la Nueva Ley de Medios.

A la oposición férrea y sostenida del multimedios a la Ley se le sumó la adhesión en contra del gran espectro del sector empresarial mediático que, en alianza con determinados grupos de la oposición política al kirchnerismo, se enfrentaron fuertemente a la sanción de la Ley y también, luego, cuando la disputa por la regulación de las comunicaciones se desplazó a los Tribunales. Muy brevemente diremos que en el mes de diciembre, en pocos días, se presentaron una sucesión de cuatro Fallos judi-

32 Mediante resolución presidencial en marzo de 2008 el Ejecutivo dispuso nuevas modalidades de retenciones a las exportaciones de la soja, el girasol, el maíz y el trigo, y los productos derivados que se obtienen de ellos. Se aumentó en 9,1 puntos el derecho de exportación hasta ahora vigente para la soja –pasó del 35% al 44,1 en promedio–, en 7,1 puntos el del girasol -lo llevó a 39,1% promedio- y redujo en 0,8 puntos el derecho correspondiente al maíz y 0,9% el de trigo -antes, en 25 y 28 por ciento de retenciones-. El agro en Argentina es uno de los sectores económicos más poderosos. La medida fue leída por las principales entidades patronales del sector como una injerencia del Estado en sus ganancias extraordinarias y se movilizaron en las rutas argentinas, generando *lock out* patronal, que resultó ser el más prolongado que conoció el país en toda su historia.

ciales³³ en contra de la aplicación de la Ley que, hasta el segundo trimestre de 2010, trababan la efectiva reglamentación y aplicación de la normativa y que fueron apoyados por estos grupos.

Lo que se busca destacar es que en este juego político de trama de intereses, el multimedio *Clarín* se ha constituido en un agente opositor central a las políticas de gobierno de Cristina Fernández desde la coyuntura de 2008 y ha resistido especialmente la aprobación de la Ley, llevando adelante fuertes campañas mediáticas de oposición. Estos puntos se desarrollan en detalle en el Capítulo III.

Con respecto al rol que jugó el gobierno nacional en la sanción de la Ley, cabe decir que existen posiciones muy divergentes sobre el tema. Aquí se sostiene que el Ejecutivo y las fuerzas legislativas del oficialismo -Bloque Frente para la Victoria-Partido Justicialista- impulsaron el proyecto de Ley motivados por una suerte de convergencia entre un proyecto de democratización de las comunicaciones y unas intenciones muy emplazadas en el contexto político de 2009, de minar la actuación política del multimedio *Clarín*, la misma que en los años previos había sido favorecida por las medidas del kirchnerismo³⁴. Sostenemos que había proyecto de avanzar en transformaciones estructurales, en parte porque en la propia plataforma

33 El primer fallo fue presentado precisamente por el Grupo Clarín, solicitando la nulidad de los artículos 41 y 161, que legislan sobre la transferencia de licencias y los plazos de adecuación de la cantidad de las mismas por aquellos propietarios que, hasta el momento de su aplicación, tuvieran una cantidad mayor al tope permitido. Dentro del proceso de judicialización de la Ley, se destaca la medida cautelar de la jueza mendocina Olga Pura de Arrabal, quien dispuso la suspensión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en su conjunto, al aceptar la presentación realizada por el diputado nacional Enrique Thomas, quien denunció irregularidades jurídicas durante el tratamiento de la Ley en el Congreso. Algunos analistas políticos coinciden en señalar los vínculos estrechos de Thomas con el vicepresidente Julio Cobos, quien desde el mismo cargo forma parte de la oposición política desde 2008, cuando votó en contra de la medida del gobierno de aumento a las retenciones agrícolas en el Congreso. Los otros dos fallos ordenaban la suspensión de artículos específicos de la Ley. Uno de ellos, del juez federal de Salta Miguel Antonio Medina dio lugar a un amparo solicitado por la organización Codelco (Comité de Defensa al Consumidor), y puso en cuestión seis artículos, entendiendo que los mismos “conculcan derechos consagrados en la Constitución Nacional y en la Convención Americana sobre los Derechos Humanos, pues parte de su articulado está destinado a cercenar el acceso a los medios de comunicación de los cuales goza actualmente el consumidor”. Asimismo, el último fallo del juez Leopoldo Rago Gallo, del Juzgado Federal N° 2 de San Juan, hizo lugar “parcialmente” a la medida cautelar solicitada por el grupo Estornell y Otros, del empresario Daniel Vila, “hasta tanto recaiga sentencia definitiva” sobre esta cuestión. El juez suspendió la aplicación de los artículos 42, 43, 45, 46, 48 y 161 de la Ley.

34 Los vínculos que mantuvieron el Multimedio y el gobierno de N. Kirchner se detallan en el Capítulo III.

electoral de Cristina Fernández de 2007, en el apartado “Estímulo al desarrollo de la cultura”, figura explícitamente la propuesta de sanción de una “Nueva ley de radiodifusión”. Pero al mismo tiempo, frente a los acontecimientos políticos antes descritos, resultan innegables las intenciones del gobierno de quebrantar el poder político del principal grupo mediático del país, luego de un año y medio de enemistades más que conflictivas.

Adicionalmente, cabe señalar que el año de sanción de la Ley encontró al gobierno en franco enfrentamiento con el principal grupo mediático del país y con una imagen muy debilitada, luego del conflicto de marzo de 2008 y de la derrota legislativa de junio de 2009³⁵. Han circulado numerosas encuestas y sondeos de opinión sobre la imagen del gobierno, muchos de ellos incluso muy diferentes entre sí. En mayo de 2008 por ejemplo, según datos de la encuestadora privada Poliarquía, la imagen positiva de la presidenta bajó al 26%, 10 puntos por debajo del porcentaje de abril, y 30 menos que el nivel que tenía cuando asumió su mandato, en diciembre de 2007, que era del 56%. En junio de 2008, en pleno conflicto con las patronales agropecuarias, la imagen positiva siguió bajando hasta el 20%. Luego en 2009, un estudio de la Universidad Di Tella señaló que el Índice de Confianza del Gobierno (ICG, que se mide en una escala de 0 a 5) en agosto, dos meses después de las legislativas, fue de 1.11: se ubicó en el nivel más bajo del período kirchnerista. Con este panorama político desfavorable, no obstante, desde agosto de 2009, el Ejecutivo retomó con mucho impulso el proyecto de Ley que había presentado previamente el 18 de marzo en la ciudad de La Plata.

Ecuador: el modelo centralista de medios vigente desde 1975

La legislación más importante sobre medios que sigue operando en Ecuador hasta 2010 es la Ley de Radiodifusión y Televisión, promulgada en el marco del gobierno militar del general Guillermo Rodríguez Lara (1972-1976)³⁶ mediante el decreto Supremo N°. 256-A, de abril de 1975.

A diferencia de la última dictadura militar argentina (1976-1983), se trató de un gobierno militar que encarnó un programa nacionalista y

35 En las elecciones legislativas del 28 de junio de 2009 el oficialismo disminuyó su número de diputados y senadores nacionales.

36 Como comandante general del Ejército ecuatoriano, Rodríguez Lara propició un golpe de estado contra el gobierno del presidente José María Velasco Ibarra, quien fue exiliado en Buenos Aires, Argentina.

mantuvo niveles de represión y asesinato de personas sustancialmente menores a los países del Cono Sur. Algunos analistas han coincidido en señalar que se trató de una “izquierda moderada”. Sin embargo, puede decirse que tanto en Argentina como en Ecuador, ambos gobiernos *de facto* se valieron de leyes de radiodifusión de características centralistas y jerárquicas, que si bien han sufrido sucesivas modificaciones durante los posteriores años de democracia, paradójicamente se han manteniendo las exclusiones históricas de acceso a los medios, y en ambos países se han ido configurando, aunque con matices diferentes, sistemas de medios de dominio privado y concentrador de la propiedad de los medios (Becerra y Mastrini, 2009).

La Ley ecuatoriana de 1975 legisla en materia de radio y televisión con un enfoque centralista y jerarquizado. Al respecto, el jurista Romel Jurado explica:

Esta ley está atravesada por varios enfoques que, aunque sufren matices o cambios importantes por las reformas parciales que se realizan, sigue reflejando en lo sustancial: a) una vocación de control sobre los actores del sector; b) la articulación de una institucionalidad jerarquizada, centralizada, concentradora, poco participativa, sin mecanismos de control y absolutamente dependiente del Poder Ejecutivo [...]; y c) una comprensión de la radio y la televisión principalmente como actividades tecnológico comerciales; por lo cual La ley se centra en regular concesiones, instalaciones, potencias, producción y propiedad comercial de contenidos, en tanto que la responsabilidad social de los medios se agota en dar espacios para la difusión en cadena de los mensajes oficiales, lo cual también denota la concepción autoritaria y controladora de la Ley (Jurado, 2009).

Una vez repuesta la democracia en Ecuador (1979), la Ley ha sufrido sucesivas transformaciones y reformas parciales que le han impreso al sistema de medios rasgos concentradores y privatistas. Concretamente, la Ley fue reformada en 1992 y 1995 durante el gobierno de Sixto Durán Ballén (1992-1996), en el contexto de implementación de políticas neoliberales en el país, cuando, en efecto, la nueva reglamentación favoreció la concentración de la propiedad de los medios.

La discusión de la Ley Orgánica de Comunicación

Con dichos antecedentes en materia de legislación de medios, se produjo la llegada a la presidencia de Rafael Correa (2007- actualidad)³⁷, quien puso a funcionar un proyecto político de transformaciones económicas, políticas, institucionales y culturales, de la mano de Alianza País (AP), que se presentó como un movimiento ciudadano, ajeno a toda estructura partidaria. Una vez en el poder, parte de la estrategia discursiva del ejecutivo ha sido señalar el desprestigio de los gobiernos anteriores, subrayando la implementación de políticas de corte neoliberal en el país desde fines de la década de 1980.

Uno de los temas centrales de su gobierno ha sido la aprobación en 2008 de una Nueva Constitución, como una apuesta fuerte hacia un nuevo proyecto de Estado, en términos económicos, sociales y ecológicos. El nuevo texto legal, aprobado mediante *referéndum* en setiembre de 2008 con más del 63 por ciento de los votos, plantea objetivos fundamentales desde el punto de vista ético, social y económico.

Es importante señalar que, luego de la restitución de la democracia en 1979, esta es la primera vez que un presidente es reelegido, luego de 31 años³⁸. La figura de Correa se colocó en el centro de la escena política. Nunca antes un presidente ecuatoriano había tenido niveles tan altos de popularidad: más del 80% al inicio de la gestión. Este dato cobra relevancia si se tiene en cuenta que los tres últimos presidentes constitucionales que le antecedieron fueron derrocados mediante protestas sociales, lo que generó una enorme crisis de gobernabilidad en los últimos años, con una “institucionalidad débil, una falta de confianza en el manejo de la cosa pública, una crisis total de representación tanto de los partidos políticos, cuanto de las organizaciones sociales” (Larrea y Ospina, 2006: 229). Entonces, el gobierno de Rafael Correa es un gobierno post-crisis, igual que lo fue en su momento el gobierno de Néstor Kirchner y de Cristina Fernández. Fueron los primeros presidentes que finalizaron su mandato sin interrupciones, y en el caso de Rafael Correa, fue reelegido.

37 Rafael Correa asumió la presidencia en enero de 2007 en representación del movimiento político Alianza País (Patria Altiva y Soberana), luego de superar en segunda vuelta electoral, el 26 de noviembre de 2006, al candidato Álvaro Noboa.

38 La Nueva Constitución, definió nuevos comicios en abril de 2009. En esa ocasión, R. Correa ganó en primera vuelta, con el 51.9% de votos.

La importancia del proceso constituyente que vivió el país en 2007-2008 tiene que ver no sólo con el hecho de que la Nueva Constitución encarna normativamente el enorme proceso de transformación política que se propuso llevar adelante el gobierno de Alianza País, sino que en ella se expresan innovaciones jurídicas en materia de derechos de la comunicación, así como el mandato constitucional -artículo 19 y transitoria primera- de que la Asamblea Nacional sancione una nueva Ley Orgánica de Comunicación, en el plazo máximo de 1 año, desde la puesta en vigencia del nuevo texto constitucional (la nueva constitución entró en vigencia el 20 de octubre de 2008). Un proceso político que luego de varios meses de discusión al interior de la Asamblea Nacional, permanece abierto hasta el momento en que se publica este libro.

Como en el caso del gobierno de Cristina Fernández, las iniciativas políticas del gobierno ecuatoriano enseguida entraron en contraposición con las agendas de los principales partidos de la derecha y de los grandes grupos económicos del país. A estos se sumaron fuertes resistencias de los sectores bancarios y financieros y de los medios de comunicación tradicionales (privados), que construyeron una discursividad política de oposición sistemática al gobierno. Dichas resistencias, así como la tensión entre el gobierno y los medios, alcanzaron su punto más álgido durante los debates sobre la Ley Orgánica de Comunicación. De modo similar al caso argentino, las empresas periodísticas han resistido fuertemente la sanción del proyecto, oponiéndose abiertamente a la regulación de sus actividades por parte del estado y a la modificación de las condiciones políticas y legales en las que sus intereses empresariales pueden ser reivindicados como legítimos. El caso del diario *El Comercio* resulta paradigmático, pues el medio desplegó una campaña propagandística agresiva de oposición directa a la existencia de una Ley.

Un punto que se busca destacar es que las experiencias de Argentina y Ecuador se diferencian sustancialmente en cuanto a participación ciudadana en los debates y aportes a las nuevas Leyes. La discusión de la Ley Orgánica de Comunicación ecuatoriana transitó un período de debate más corto -apenas un año y medio- en comparación con los cinco años de discusión y generación de propuestas que ha acumulado la sociedad civil argentina. Este se constituyó en un factor de peso que incidió en la calidad de las discusiones y aportes que se hicieron desde el ámbito de la sociedad

civil. En efecto, en Ecuador el debate ciudadano y de las organizaciones ha sido débil, difuso y con muy baja participación, a diferencia de Argentina donde, como se señaló, la Ley fue un tema ampliamente debatido y de fuerte consenso social.

Además, desde el punto de vista de la información ofrecida a la ciudadanía por parte de los assembleístas, cabe decir que el proceso ha sido opaco y casi se podría decir que los debates realizados en la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional se hicieron, muchos de ellos, a espaldas de la ciudadanía. En otras palabras, no se ha generado un diálogo abierto entre assembleístas, técnicos gubernamentales y actores de la sociedad civil. Estos aspectos deficitarios en términos de participación y debate del caso ecuatoriano, se constataron durante el trabajo de campo, durante las asistencias a las sesiones de la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional y mediante encuentros mantenidos con integrantes del *Colectivo Ciudadano*³⁹.

A modo de síntesis, comparativamente, se busca destacar los siguientes puntos: Más allá de las particularidades de los procesos políticos propios de cada país, es plausible establecer afinidades entre los gobiernos nacionales en cuanto al fortalecimiento de la figura estatal en materia de comunicación y medios en la medida que ambos gobiernos han colocado la sanción de nuevas leyes como temas prioritarios de su agenda política en el período 2009-2010.

Asimismo, más allá de que en Ecuador la Ley hasta el segundo trimestre de 2010 aún no sido aprobada, en los dos casos se discutieron públicamente Políticas de Comunicación y Medios, que en términos normativos, apuntan a que el estado regule la comunicación como bien público y administre la distribución democrática del espacio radioeléctrico.

Otro punto de convergencia tiene que ver con las antiguas Leyes de Radiodifusión de ambos países que constituyen, en los dos casos, herencias de los regímenes militares respectivos. Luego, durante los subsiguientes años de democracia ambas legislaciones han sufrido modificaciones parciales, que le han imprimido características particulares a cada

39 Colectivo Ciudadano es el nombre con el que se conoció el grupo de organizaciones de la sociedad civil que se reunió esporádicamente para generar propuestas al proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.

sistema. Igualmente, se observa una diferencia clara en cuanto a la participación y debate ciudadanos en torno a las nuevas Leyes. El caso ecuatoriano es altamente deficitario en términos cuantitativos y cualitativos, en relación a la experiencia argentina.

Por último diremos que, más allá de las especificidades de cada caso que explicaremos en los Capítulos siguientes, los debates sobre las nuevas Leyes se realizaron en el marco de fuertes enfrentamientos entre los gobiernos nacionales y los medios de comunicación privados. En ambos casos, el sector empresarial mediático ha resistido con fuerza la aprobación de las políticas llevando adelante fuertes campañas mediáticas de oposición y tejiendo alianzas con diferentes agentes sociales y políticos, quienes también opusieron resistencia a la aprobación de las mismas. En particular, los diarios *Clarín* (Argentina) y *El Comercio* (Ecuador) se han constituido en agentes que construyeron discursividades políticas abiertamente opositoras a la existencia de las Leyes.

Los agentes de la discursividad política

Argentina: el Grupo Clarín

El periódico *Clarín* pertenece al tradicional multimédios del mismo nombre. Se trata de un grupo que constituye el principal conglomerado mediático de Argentina y es parte de los grupos de comunicación y medios más poderosos de Latinoamérica, junto con Televisa de México, Cisneros de Venezuela y grupo Globo de Brasil. Actualmente, posee una posición dominante en todos los mercados culturales del país en los que participa (Becerra y Mastrini, 2009), controlando el 40% de los contenidos que circulan a través de los distintos soportes de comunicación masiva (periódicos, revistas, radio, televisión abierta y por cable, y servicios de internet).

Además, su predominio se basa en que es el único *holding* que participa en toda la cadena de valor del negocio de los medios de comunicación, desde la producción hasta la emisión y distribución de contenidos. Esto se evidencia cuando se analiza exhaustivamente todos los rubros que controla y su participación en negocios estratégicos del sector, como sus acciones mayoritarias en la empresa que provee el principal insumo de papel de los periódicos del país, Papel Prensa, como veremos enseguida.

El grupo está controlado por tres tipos de títulos. Los accionistas privados son: Ernestina Herrera de Noble, Héctor Magneto, Lucio Pagliarino y José Aranda, quienes controlan el 70,99% de las acciones a través de la sociedad GC Dominio S.A. El 19,9% de las acciones flota en el mercado local y en el de Londres. En tanto, el 9,11% restante se encuentra en manos del banco de inversión Goldman Sachs⁴⁰.

Clarín y otros productos gráficos y editoriales

La cara más visible del grupo es el tradicional diario *Clarín* que funciona desde 1945. Su origen está íntimamente ligado a la familia Noble⁴¹. Desde 1958 el diario fue sumando aproximadamente cien mil ejemplares cada 10 años. Ello se explica en parte por el hecho de que “los lectores que iban quedando sin diarios se redirigían hacia *Clarín*” (Valdettaro, 2009: 55). En 1965, *Clarín* se convirtió en el periódico de mayor circulación en la ciudad de Buenos Aires, y en 1985 pasó a ser el de mayor circulación de habla hispana. En la actualidad, según consta en su propio Sitio Web (www.clarin.com.ar), el periódico lidera el mercado a nivel nacional, en términos de circulación e ingresos por publicidad. Igualmente, constituye el diario de mayor circulación de América Latina y es el segundo en circulación en el mundo hispanoparlante.

Como explicamos en el Capítulo I, la circulación diaria de *Clarín* es sustancialmente superior a la de su principal e inmediato competidor y socio comercial, *La Nación*. Las sinergias comerciales entre ambos se dan a través de tres emprendimientos de la industria de la información. Uno de ellos es el emprendimiento Cimeco, que es propietario de dos periódicos de gran circulación (Becerra y Mastrini, 2009). Estos son *La Voz del Interior*, el matutino que, como referimos en el Capítulo anterior, ocupa el tercer lugar en términos de circulación en el país; y *Los Andes*, el diario más leído en la provincia de Mendoza, con un promedio de 30.000 ejemplares

40 En 1999, cuando el Grupo se constituyó formalmente como Sociedad Anónima, Goldman Sachs ingresa al grupo como socio minoritario.

41 El 28 de agosto de 1945 el periodista Roberto Noble (quien también fue ministro de Interior del gobierno conservador de Manuel Fresco en la provincia de Buenos Aires en la década de 1930) fundó el matutino. Ese día el diario vendió 60.000 ejemplares. Noble dirigió el diario hasta su fallecimiento en 1969. Luego, su esposa Ernestina Herrera de Noble se hizo cargo de la dirección del diario, hasta la actualidad. Una descripción exhaustiva del surgimiento del diario puede consultarse en Borrelli (2008).

diarios⁴², según datos del IVC de septiembre de 2010. Además, juntos, *Clarín* y *La Nación* poseen la titularidad de la agencia informativa Diarios y Noticias (DyN). Por último, se destaca la sociedad de Papel Prensa S.A, un punto al que volveremos enseguida. Consiguientemente, como apuntan Becerra y Mastrini (2009), “la competencia entre Clarín y La Nación se realiza entre socios comerciales” (Becerra y Mastrini, 2009: 65).

Además, la representación de *Clarín* en la ciudad de Buenos Aires se encuentra reforzada por el diario *La Razón*, ex socio de *Clarín* en Papel Prensa que, tras quebrar, fue absorbido en 2000 por el grupo *Clarín*. Este vespertino, que en julio de 2008 sumó una edición matutina⁴³, posee una circulación promedio de 100.000 ejemplares diarios, según el IVC de agosto de 2010, y se distribuye en forma gratuita en la red de subterráneos y trenes de Capital Federal. Un análisis somero deja ver que la cantidad de ejemplares de *La Razón*, un diario que circula en una ciudad de 3 millones de habitantes, sugestivamente es muy cercana a la cifra que maneja *La Nación* -58 mil ejemplares de diferencia- que constituye, como dijimos, el segundo diario más vendido del país y cuyo ámbito de distribución es nacional (Posse, 2009).

Otro de los diarios que pertenece al grupo es *Olé*, el primer diario del país que desde 1996 está dedicado exclusivamente a las noticias del deporte. Este medio en general no figura en los *rankings* de los más leídos, precisamente porque su temática y *target*, al ser muy específicos, no se consideran como competidores directos de los periódicos tradicionales. Pero si se omitiera esta tradicional tipificación, *Olé* constituye, en efecto, el cuarto periódico de venta más leído del país, con una circulación promedio semanal de 45.000 ejemplares diarios. Desde esta perspectiva, *Clarín* cuenta con el primero (*Clarín*), el tercero (*La Voz del Interior*) y el cuarto diario de comercialización (*Olé*) más leídos del país; y con el primero, el tercero, el cuarto y el quinto, si se considera también a *La Razón* que, como referimos, es de circulación gratuita.

La hegemonía del grupo en el mercado de los productos gráficos incluye además variadas revistas, suplementos y libros, aparte de millones de

42 Los datos fueron consultados en http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=8.

43 Fuente: El diario La Razón comenzará a salir ahora también por la mañana. En <http://www.clarin.com/diario/2008/07/20/sociedad/s-01719089.htm>. 20 de julio de 2008

productos impresos que se venden anualmente. La revista de cultura *Ñ*, los magazines *Vina y Elle* orientadas al público femenino, la revista *Pymes* dedicada a los pequeños y medianos empresarios, las revistas para niños *Genios y Jardín de Genios*, y las revistas *Padres y Jardín*, entre otras (Posse, 2009). A esta lista se suma la editorial especializada en libros de texto para estudiantes, *Tinta Fresca*. Además, el grupo cuenta con la principal planta de impresión para diarios y revistas del país, *Artes Gráficas Rioplatenses* (AGR), que nació en 1976 como la primer empresa subsidiaria del diario *Clarín*, primeramente para imprimir la revista del domingo, *Clarín Revista*. Actualmente, la empresa trabaja con todas las unidades de negocio del Grupo Clarín, entre las que se encuentra Artes Gráfico Editorial Argentino (AGEA), editora del Diario *Clarín* y del deportivo *Olé*⁴⁴, e *Impripost*, esta última gestiona la logística de documentos y en ella el grupo posee el 50% de la participación.

Papel Prensa S.A y la participación accionaria de Clarín

Si bien una descripción exhaustiva de la conformación del grupo mediático excede el espacio del presente trabajo, se busca destacar que durante el último régimen militar argentino (1976-1983), *Clarín* se asoció con el gobierno en funciones de estado en el negocio de Papel Prensa S.A⁴⁵. En 1977 los militares efectuaron el traspaso de las acciones de la papelería de manos de la viuda del empresario David Graiver⁴⁶ a las arcas de tres de los diarios de mayor circulación del país en ese momento: *Clarín*, *La Nación* y *La Razón*, quienes pasaron a ser socios del Estado en el emprendimiento⁴⁷, en el que este último adquirió el 25% de los títulos, porcentaje que, como señala Borrelli (2008), “le otorgaba al Estado derecho a veto sobre sus socios privados” (Borrelli, 2008: 15). Con esta jugada, “los militares, que ya controlaban los

44 Los datos fueron consultados del sitio institucional de AGR: <http://www.agr.com.ar>.

45 En la actualidad, Papel Prensa constituye una empresa privada conformada por dos accionistas privados, Clarín y La Nación, más la participación del Estado nacional. Un examen exhaustivo del negocio de Papel Prensa y la participación del grupo Clarín, puede verse en “Una batalla ganada: el diario Clarín frente a la compra de Papel Prensa por parte de los diarios La Nación, Clarín y La Razón (1976-1978), de Marcelo Borrelli (2008).

46 Un análisis de la controvertible adquisición y conformación accionaria de la papelería, se encuentra en Ramos (1993); Gasparini: (2007); Llonto (2003)

47 El artículo La historia se escribe en papel de Jorge Lanata, publicado en Crítica de la Argentina el 13 de abril de 2008, constituye una síntesis de los entramados políticos y de poder que se esconden tras el emprendimiento de Papel Prensa y el mercado del papel en Argentina.

medios de radiodifusión estatales, se aseguraban el control sobre la producción y comercialización del papel” (Borrelli, 2008: 16).

Con respecto a la participación accionaria de *Clarín* en el negocio, desde la fundación del diario en 1945 hasta la consolidación del cartel de información y entretenimientos que constituye hoy, lo que inicialmente fue una empresa con un medio gráfico, luego fue adquiriendo diferentes subsidiarias y ampliando sus unidades de negocios, hasta completar todos los soportes de comunicación e información con los que cuenta actualmente. En ese proceso, *Clarín* realizó adquisiciones de empresas muy valiosas y estratégicas por su ubicación privilegiada para controlar eslabones específicos de la cadena productiva, que le darían gran impulso como grupo económico (Borrelli, 2008). Este es el caso precisamente de Papel Prensa S.A.⁴⁸, la principal productora de papel del país (Becerra y Mastrini, 2009), que actualmente ofrece el insumo a casi la totalidad de periódicos que se editan en Argentina.

Un dato clave que permite entender el lugar estratégico que ocupa la empresa en el mercado nacional del papel es que hasta la década de 1970, Argentina no contaba con una fábrica productora de papel para diarios. El consumo se hacía exclusivamente a través de la importación, y el Estado, ya desde la década del '50, “se encargaba de fijar las cuotas de compra del insumo a cada periódico” (Lanata, 2008). Esta situación históricamente ha permitido sucesivos manejos políticos en torno a este insumo fundamental mediante imposiciones tributarias discrecionales y desabastecimientos. Tal condición, de ser un monopolio también en el terreno de la producción de papel, le otorgó durante muchos años ventajas comparativas en relación a sus competidores, porque la política de venta para los medios que no pertenecían a este grupo mediático, fue la de ofrecer el producto a un costo diferencial. Algunos analistas señalan que en determinados momentos la diferencia del precio de venta del papel para *Clarín* y *La Nación* (ambos accionistas privados mayoritarios de la papelera) fue en promedio 30% más barato que el resto de los compradores llegando en los momentos de mayores devaluaciones a costar casi la mitad. Al respecto Borrelli señala:

48 Actualmente, la composición societaria de la empresa es la siguiente: el accionista mayoritario es el grupo Clarín que posee el 49% de las acciones. La composición restante se divide entre el diario La Nación, con el 22,5%; El Estado con el 27,5%. El 1% restante cotiza en Bolsa.

Visto en perspectiva, la adquisición de las acciones de Papel Prensa puso de relieve un tipo de relación entre las empresas periodísticas y el Estado, que si bien no era novedosa en los vínculos más generales entre empresas privadas y administración pública, fue el inicio remoto de una nueva etapa para las empresas periodísticas: la conformación de grandes grupos empresariales con intereses diversificados. Tendencia que se registrará como fenómeno general de la economía mundial luego de la reconversión tecnológica capitalista de la década del '70, y se confirmará ampliamente en la década del 90 (2008: 7).

Los negocios que hicieron los militares en funciones de gobierno y los tres diarios en el marco de la sociedad de Papel Prensa deben entenderse como uno de los eslabones del proyecto comunicacional holístico del régimen de 1976, que tuvo como cimiento fundamental el Decreto-Ley 22.285, sancionado en 1980.

Resumiendo, la participación de *Clarín* como socio en Papel Prensa S.A fue facilitada por el régimen militar, con la concreción del negocio, los militares se aseguraron el control férreo del consumo interno de papel. Pero además, la sociedad incluyó otro tipo de prerrogativas para los intereses económicos de *Clarín* (Getino, 1995), entre las que se destaca la aplicación de tasas de hasta un 53% a la importación de papel (Borrelli, 2008), una protección estatal arbitraria que benefició directamente al diario y a sus socios privados. Un entramado de políticas públicas y negocios que hicieron parte de las condiciones de posibilidad para la implementación, en el marco del terrorismo de estado, de transformaciones económicas, políticas y sociales que *grasso modo* implicaron el exterminio del modelo de industrialización, para promover los sectores financiero y agrícola ganadero del país (Cavarozzi, 2006).

Televisión, radio, y programación de contenidos

Durante la década de 1990, en el marco de la aplicación de políticas económicas neoliberales y de aumento acelerado de los procesos de concentración de la propiedad y privatización de los medios masivos, la empresa inició una expansión hacia otros mercados y se empezó a consolidar en radio y televisión. Actualmente, en esta última, mediante su subsidiaria

audiovisual Arte Radiotelevisivo Argentino (ARTEAR), *Clarín* posee la señal Canal 13 que lidera, junto con el canal 11 del grupo Telefónica, los niveles de audiencia y facturación (Becerra y Mastrini, 2009). Su presencia en TV abierta se refuerza además a través de los canales provinciales 7 de Bahía Blanca, 12 de Córdoba, 6 de Bariloche y 10 de Río Negro. En radio, el grupo posee el total de acciones en la emisora Mítre, la segunda AM más escuchada del país -después de radio 10-, y también es dueño de la emisora La 100, la cuarta FM en medición de audiencia.

Al mismo tiempo, el grupo posee participación directa en la producción de contenidos para cine y tv: cuenta con acciones en tres de las productoras más importantes del país. En dos de las principales productoras de contenidos para TV, Pol-Ka (55%) e Ideas del Sur (30%). Y posee el 30% de Patagonik Film, una de las más importantes productoras de contenidos para cine (Posse, 2009).

Igualmente, el Grupo posee el 50% de Televisión Satelital Codificada SA (TSC) y el 50% de Tele Red Imagen SA (TRISA), las dos empresas que a través de un acuerdo con la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) poseían, hasta 2009, los derechos televisivos del fútbol, “uno de los contenidos más demandados por la audiencia argentina” (Posse, 2009: 5). Este fue durante muchos años un negocio millonario para el grupo pues a través de sus señales de deporte, TyC Sports y TyC Max, en las que *Clarín* participa con un 50%, se transmitía de manera exclusiva el fútbol.

En agosto de 2007, TSC y TRISA habían renovaron su contrato de transmisión con la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) por \$180 millones anuales. No obstante, en agosto de 2009, en el marco del creciente enfrentamiento entre el grupo *Clarín* y el gobierno nacional, el ejecutivo anunció la estatización de las transmisiones de fútbol. La medida significó el fin del contrato millonario de TyC con la AFA, a quien el gobierno nacional le ofreció la adquisición de los derechos de transmisión del Canal Público (Siete), ofertando 600 millones de pesos, contra los 268 millones del contrato anterior. La principal condición para la nueva sociedad fue la transmisión de todos los partidos en directo, y que el excedente de ganancia por la comercialización se destine al deporte amateur del país.

Por último, el negocio más rentable para *Clarín* lo constituyen sus empresas de provisión de televisión por suscripción (de pago), Ca-

blevisión y Multicanal, cuya fusión se concretó en 2007, como se verá en el Capítulo III. Esta es precisamente una de las industrias que exhibe los índices más altos de concentración en el país (Becerra y Mastrini, 2009).

Ecuador: el Grupo *El Comercio*

Para abordar la conformación del grupo *El Comercio* previamente haremos dos señalamientos necesarios desde el punto de vista metodológico. Primero, al considerar la magnitud de este grupo mediático se debe tener en cuenta que la evolución de las “industrias infocomunicacionales” (Becerra y Mastrini, 2009) en Ecuador ha sido sustancialmente distinta a la de Argentina, por varios motivos. Segundo, la información disponible relativa a la conformación de las empresas mediáticas del país es de difícil acceso por su dispersión y falta de sistematización.

Ecuador es un país que enfrentó sucesivas crisis entre la última década del siglo XX y la primera del siglo XXI. Como señalan Becerra y Mastrini, este aspecto “ha tenido su correlato, también, en la evolución de las industrias infocomunicacionales” (Becerra y Mastrini, 2009: 122). Además, se trata de uno de los países más postergados de la región en términos de desarrollo, un aspecto que ha reducido el acceso a bienes y servicios de la comunicación y la cultura. Asimismo, Ecuador cuenta con una población de 13 millones de habitantes, un factor que se constituye como cerco para la eventual constitución de mercados de consumo y de economías de gran escala que motiven el surgimiento y consolidación de industrias culturales que requieren de gran inversión, a diferencia por ejemplo de Argentina, Brasil o México (Becerra y Mastrini, 2009).

Siguiendo a Navarro Jiménez (2006) puede decirse que en Ecuador operan nueve grupos económicos que controlan los medios de comunicación en el país, considerando radio, tv y prensa escrita. Se trata de “grupos multimedia”, formados y manejados por grupos de familias tradicionales del país, especialmente de Quito y Guayaquil.

El tradicional grupo *El Comercio C.A* es el más importante del país. Es dueño del diario que nos ocupa, el periódico *El Comercio* que se edita en el país desde 1906. Su origen está íntimamente ligado a la familia

Mantilla Jácome⁴⁹ y, como muchos de los medios nacionales, su organización ha mantenido un carácter familiar: a los fundadores del grupo les sucedieron Carlos y Jorge Mantilla Ortega. Luego, en 1979, tomó el relevo como representante de la tercera generación familiar su actual directora, Guadalupe Mantilla de Acquaviva.

Como referimos en el Capítulo anterior, *El Comercio* lidera el mercado de la prensa escrita en términos de circulación y facturación a nivel nacional. Además cuenta con diferentes productos: el *Comercio* que circula en España y las revistas *Familia*, *Siete Días*, *Líderes*, *EducAcción*, *Carburando*, *Súper Pandilla* y *Xona*.

Según consta en la investigación de Navarro Jiménez (2006), el diario *El Comercio* se constituyó como sociedad anónima en enero de 1953. Su mayor accionista es la compañía *Legend Property*, creada en Panamá, que posee el 25, 41% de las acciones. Luego, siguiendo la investigación referida, las hermanas Consuelo Mantilla Mosquera y Magdalena Mantilla Mosquera poseían el 14, 46% y el 11, 81% respectivamente. Si a este porcentaje se le adiciona el 25, 41% de *Legend Property*, que también es de su propiedad, entonces la participación accionaria de la familia supera el 50% del total accionario⁵⁰.

En línea con una tendencia mundial, en 1996 el diario adquiere presencia digital mediante la implementación de la versión *on line* del servicio de noticias (elcomercio.com), que en diez años alcanzó la mayor cantidad de suscriptores registrados en el país, en comparación con otros medios de información local.

Igualmente, la presencia del grupo se refuerza mediante la presencia del vespertino del grupo *Ultimas Noticias*, que también posee versión *on line* (www.ultimasnoticias.ec). Se trata del último periódico de estas características queda en el país. De formato tabloide, se edi-

49 El periódico fue fundado por los hermanos César y Carlos Mantilla Jácome. El primer ejemplar se editó el 1 de enero de 1906, bajo el slogan "Diario de la Mañana". Luego el diario se bautizó como "Diario Independiente". Actualmente, es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP), de la Sociedad Interamericana de Prensa, WAN, como veremos en el Capítulo IV.

50 Debe agregarse que este control se completa con la presencia de las hermanas Thome Mantilla, hijas de la señora Consuelo Mantilla Mosquera y del doctor José Vicente Thome Amador; de Fabrizio Acquaviva Mantilla, hijo de la señora Guadalupe Mantilla Mosquera y de la señora Diane Marie Quin queran Beaujheu de Cordero, hija de la señora Magdalena Mantilla Mosquera.

ta de de lunes a viernes y posee una circulación promedio de 35.000 ejemplares diarios.

En radio, el grupo tiene presencia a través de Radio Quito, Radio Platinum y la cadena de noticias Ecuadoradio. En 1940 surge Radio Quito que cuenta con programas noticiosos, deportivos, musicales, radiorevistas y radioteatro. Está afiliada a la cadena SOLAR (Sociedad Latinoamericana de Radiodifusión) que tiene enlace directo con toda América Latina y es miembro principal de Ecuadoradio. Radio Platinum fue creada en 1996 y cuenta con cuatro frecuencias, Quito, Guayaquil, Ambato y Cuenca.

En el ámbito editorial, el grupo tiene presencia mediante empresas subsidiarias dedicadas al rubro editorial y de distribución de impresos. Así, la empresa Ediecuatorial creada en 1979 edita periódicos y revistas. También la compañía Servivendis S.A, creada en 1990, comercializa libros al por mayor. Luego, la empresa Prismasa, creada en 1993, se dedica a la producción de cuadernos. Por último, la compañía Ofsetec que fue creada en 1973 y se dedica a la edición de periódicos y revistas.

Finalmente, diremos que en televisión abierta el grupo ha controlado la Televisora Nacional Compañía Anónima TELENACIONAL C A (Canal 8), que luego ha pasado a manos del grupo Alvarado. Por último, el grupo controla la empresa Megadatos, dedicada a las comunicaciones telefónicas y de datos. En la actualidad maneja todos los servicios digitalizados que ofrece el periódico *El Comercio*.

CAPÍTULO .III

Argentina: El diario *Clarín* Deshistorización y presente absoluto en la historia de la Ley

*La objetividad es la honestidad dentro del marco en el que uno se mueve.
La objetividad es una función de la totalidad del sistema social.
En la medida en que el sistema sea asimétrico, concentrando ciertos tipos
de actividades de investigación en manos de grupos particulares,
los resultados se 'inclinan' a favor de estos grupos.*

Immanuel Wallerstein

El presente capítulo

A partir de las consideraciones efectuadas en los acápitos anteriores, en el presente capítulo se analizan las tácticas discursivas y las líneas isotópicas identificadas como dominantes en la discursividad del diario *Clarín* sobre el tópico de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, mediante la combinación del análisis enunciativo, con el análisis argumentativo, (Charaudeau, 2002).

El análisis extensivo del *corpus* busca contrastes explicativos específicos con la discursividad de *Página/12* sobre el mismo tópico, para proponer, hacia el final, una caracterización de la estrategia discursiva general empleada por el enunciador. Se trata de identificar operaciones de naturaleza discursiva que funcionan como tendencias y regularidades del *corpus*

de análisis, con vistas a caracterizar el modelo de discursividad política del diario sobre un tema de actualidad y de enorme relevancia.

Son 113 los espacios focalizados sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en los dos periódicos en el período delimitado, entre los que se cuentan titulares de tapa, reportajes, noticias informativas y artículos editoriales y de opinión, todos centrados en el tópico de la Ley. 89 corresponden a las piezas focalizadas en *Clarín* -9 del período de “Apertura”; 55 del período “Interludio” y 25 del período de “Cierre”- y 24 son las piezas analizadas en *Página/12*.

La gran diferencia en el número de piezas estudiadas se debe a tres cuestiones. La primera es de orden metodológico: dentro de la problemática de investigación, como hemos referido en el Capítulo I, se prioriza el análisis de *Clarín* y, luego, a partir de los puntos nodales que emergen en esta discursividad, se buscan contrastes y contrapuntos con *Página/12*. Lo segundo es que, dado el carácter comparativo de la investigación y la naturaleza del análisis que hemos definido en el Capítulo I⁵¹, creemos que el empleo de un número mayor de piezas periodísticas hubiera comprometido la fiabilidad del análisis en términos de productividad explicativa. Tercero, cabe subrayar que *Clarín* le dedica un número mucho mayor de piezas al tópico que *Página/12*, un aspecto que muestra que efectivamente la Ley constituye una temática de índole política sumamente relevante en el marco de la agenda que construye el diario en el período de análisis.

Como hemos dicho, los debates sobre un nuevo ordenamiento legal, dirigido a establecer nuevas reglas de juego para la radiodifusión y los servicios de comunicación es un tema “viejo” en Argentina, si por viejo se entienden las últimas casi tres décadas: tres años de dictadura y veintiséis de democracia. En 2009, durante el gobierno de Fernández (2007-actualidad), la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual vio la luz. Su discusión y aprobación significó un antes y un después en la

51 Nos referimos al modelo analítico comparativo que empleamos que se desarrolla en dos niveles: En primer término, se estudian las construcciones discursivas de *Clarín*, a partir de los contrastes y las variaciones sistemáticas con *Página/12*. Este apartado se desarrolla en el presente Capítulo. En segundo término, se analizan, en el Capítulo IV, las construcciones discursivas de *El Comercio* puestas en relación con *El Telégrafo*. Finalmente, se buscan contrastes explicativos en términos de convergencias y divergencias entre la estrategia discursiva propuesta por *Clarín* y la que propone *El Comercio* en relación a las Políticas de Comunicación y Medios discutidas en Argentina y Ecuador en 2009- 2010, respectivamente. Este último apartado se presenta en las Consideraciones Finales.

historia de las Políticas Públicas de Comunicación en el país, al tiempo que marcó nuevas coordenadas en las relaciones entre el poder político y los medios de comunicación privados, como se ha evidenciado en las crecientes confrontaciones que mantienen, hasta el tercer trimestre de 2010, el ejecutivo y el principal grupo mediático del país, el multimedio *Clarín*.

A continuación, se presenta el análisis extensivo del *corpus* construido, ilustrando con ejemplos concretos de las piezas gráficas. Las unidades analizadas se presentan enumeradas en orden ascendente, en cuadros que también se encuentran enumerados en el mismo orden. Allí mostramos títulos y extractos que forman parte del cuerpo de las noticias y los artículos examinados. Por cuestiones de espacio, no es posible mostrar en el presente capítulo las 113 piezas estudiadas.

Tácticas discursivas e invariantes generales: la ruptura de las fronteras de los géneros periodísticos

Una de las tácticas discursivas que hace parte del conjunto de la producción del diario tiene que ver con el desdibujamiento de los límites entre información y opinión en el tratamiento periodístico del tema, que conduce a una ruptura de las fronteras de los géneros periodísticos.

Una primera aproximación a las piezas del *corpus* deja ver que la gran mayoría de las noticias principales de la sección “El País” que se refieren al tema de la Ley llevan la firma del periodista que las escribió. Este elemento, que en principio podría considerarse como atípico en una sección de carácter netamente informativo de un diario de circulación masiva como es *Clarín*, deja de serlo cuando se observa que otros artículos que abordan diferentes temas de actualidad y de interés nacional pero que pertenecen a la misma sección también llevan la rúbrica de su autor. Por lo tanto, ésta parece ser una característica general del diario con respecto a la forma que utiliza para presentar la información, de modo que no tendremos en cuenta este aspecto. En cambio, nos interesa el tratamiento periodístico de la información referida a la Ley desde el punto de vista de los géneros periodísticos y de los modos de organizar y clasificar la información.

Cada periódico cuenta con unas formas específicas de estructurar el espacio discursivo. Siguiendo a E. Verón, diremos que existen dos grandes modos empleados para llevar a cabo esta operación. La topografía del

diario, que atañe a la presentación, la fragmentación y el relacionamiento de los espacios. Y la estructura taxonómica, que corresponde a los sistemas de clasificación y organización de la información (Verón, 1983). La articulación de estas dos formas es la que “[...] permite jerarquizar el acontecimiento dentro del conjunto de la actualidad, asignándole una importancia relativa, después de clasificarlo dentro de un determinado tipo” (Verón, 1983: 94).

Los géneros periodísticos se distinguen en gran medida por la posición que el enunciador adopta en la narración. La categoría de género constituye una herencia de la tradición de la crítica literaria, que luego fue retomada por el análisis de discurso para estudiar textos no literarios. Si bien coexisten diferentes definiciones, en este trabajo adherimos a la conceptualización que distingue el tipo de discurso del género, entendiendo que un sector de producción verbal de una sociedad es distinto de un dispositivo de comunicación particular, que implica especificidades tales como temas, roles, modos de enunciación, estrategias de veridicción, etc. Así, el tipo de discurso periodístico comprende diferentes géneros que incorporan ciertos elementos como propios que, al tiempo que lo identifican con una forma específica de narrar ciertos eventos, lo diferencian del resto de los géneros.

En un desglose más específico, Verón desarrolla la categoría de “géneros-P” para designar “distintas subespecies dentro de un tipo de discurso que no pueden aparecer en varios tipos al mismo tiempo” (Verón, 2004: 196). Aquí empleamos tal categoría para referirnos a los atributos propios de los diarios que se analizan; es decir, periódicos masivos de información.

En sus distintas variantes narrativas, el género informativo, o siguiendo a Verón diremos en sus distintos “géneros-L” (Verón, 2004: 196) -noticia, crónica, entrevista, reportaje-, opera mediante la construcción de la actualidad; es decir, el discurso de la información narra “la verdad de los hechos” a los cuales los lectores no podemos acceder por vía de la experiencia directa (Escudero, 2002: 223).

Así, el discurso informativo construye su verosimilitud en base a un contrato fiduciario (de confianza) con los lectores, que funciona porque “encuadra con [su] sistema de expectativas” (Escudero, 2002: 197). Este discurso tiene dos objetivos principales: describir y explicar ciertos eventos

a partir de una serie de tareas como la contrastación de fuentes, la consulta de fuentes fiables y verificables, el chequeo exhaustivo de la información antes de publicarla, la contextualización, entre otras. Al señalar este aspecto constitutivo del género, no debemos olvidar, sin embargo, una cuestión fundamental de la producción de las noticias: que la información con pretensión de objetividad también es política. Como señala L. Escudero:

[...] el discurso de la información opera de manera predominante a partir de la función referencial que tiene por objeto 'hacer-saber' sobre la actualidad [...] Esta ilusión de referencialidad parece ocultar sus condiciones de producción, presentando al producto discursivo como una superficie lisa y neutra. En la deontología periodística, el sujeto de la enunciación debe borrarse detrás de una estrategia de presentación de los 'hechos' (1997: 7).

En palabras de Verón:

La opinión espera del discurso informativo que la mantenga al día sobre lo que ocurre en el mundo. Esta evidencia contiene una serie de presupuestos que intervienen sobre todo en la forma de construir la relación entre el expositor y su destinatario: se admite, por ejemplo, que aquel está en condiciones de determinar la importancia del acontecimiento y que a partir de ahí tendrá que describirlo y explicarlo (1983: 194).

Distinto es el género de opinión, que en sus diferentes variantes narrativas -editorial, artículo de opinión, humor, caricatura- se sustenta esencialmente en la formulación de un juicio de valor acerca de determinados eventos. El enunciador en este caso, ciñéndose a un determinado punto de vista, despliega argumentos o razones que apuntan fundamentalmente a persuadir al lector, hacerle ver algo oculto y brindarle claves de intelección. Hay que subrayar en este punto que la persuasión (el hacer-creer) constituye un efecto de lectura más que la intencionalidad del enunciador.

Con todo, sabemos que los límites entre los géneros periodísticos a menudo funcionan de manera difusa y que la industria de la información no produce un discurso estructuralmente homogéneo sino un conjunto

complejo de géneros y de tipos discursivos, y que por tanto, cualquier pretensión de transparencia en este sentido es meramente normativa. No obstante, en las construcciones discursivas de *Clarín* se observa que los artículos ubicados en la sección “El País” que hablan de la Ley y que se presentan como noticias, contienen una enorme carga valorativa. Esto llama la atención dado que dentro de las formas de estructurar el espacio discursivo que propone el diario, desde el punto de vista taxonómico, esta sección constituye el espacio privilegiado del tratamiento informativo. Siguiendo a Charaudeau, diremos que se trata de un ámbito dedicado a la “información política”, “un espacio en el que se habla de todo lo referido al poder en la vida social” (Charaudeau, 2003: 182).

En la estructura de *Clarín* es posible constatar una regularidad taxonómica dentro de la cual esta sección, que es fija, ofrece en forma sistemática contenidos informativos de actualidad sobre política nacional. Estableciendo un paralelismo con otros diarios generalistas de circulación masiva, la sección sería el equivalente a “Política” para el periódico *La Nación* o “El País” para el diario *Página/12*. Siguiendo a Escudero, entendemos la noticia como:

Una construcción particular del discurso de la información que selecciona los sucesos factuales y generalmente públicos, en un mundo posible supuesto como real, bajo un formato gráfico-temático establecido e identificable (1997: 10).

Consideramos aquí como unidades principales de la noticia los siguientes elementos textuales: el título, que presenta el tópico general que luego será desarrollado en el cuerpo de la noticia; la volanta, generalmente constituida por una frase corta que enmarca brevemente el ángulo o la perspectiva a partir de la cual se planteará el tópico (*framing stories*); y el copete, que cumple la función de sumario y aparece como un dispositivo estable y regular que encuadra los diferentes temas con una articulación elegida por el periódico en función de su formato.

Extremando el análisis, si un lector hiciera un ejercicio rápido y leyera solamente los títulos, volantas y copetes de las noticias que se refieren a la Ley en “El País”, sin conocer la estructura topográfica y taxonó-

mica que propone el diario, y sin saber, en efecto, en qué página o sección se sitúa el artículo que lee, bien podría conjeturar que muchas de las piezas de esta sección constituyen artículos de opinión, por el uso recurrente de axiológicos; principalmente en las operaciones de encuadre, que en el discurso de la información siempre son al mismo tiempo el marco del acontecimiento en cuestión (Verón, 2004). Luego, si el lector se limitara a leer exclusivamente los títulos de las noticias, obtendría muy poca información sobre los acontecimientos. Entonces, podemos sostener que casi todos los elementos que enmarcan los textos (títulos y volantas) no son informativos, sino opacos, lo que quiere decir que tienen la función predominante de incitar al lector a leer los artículos y no “hacer saber”.

En tal sentido, si bien es improbable inferir los efectos que quedan determinados desde una gramática de producción, pues lo que se define es un “campo de efectos de sentido posibles” (Verón, 1998: 130), en este caso, desde el punto de vista del “reconocimiento” (Verón, 1998), no sería arriesgado aventurar que uno de los efectos potenciales es que los lectores crean, en virtud del contrato de lectura que mantienen con el diario, que están “reconociendo” información (descripción + explicación) cuando lo que están consumiendo es opinión.

Todo lo anterior marca una tendencia al desdibujamiento de los límites entre información y opinión, que lleva al diario a romper las reglas básicas de los géneros, al incorporar la opinión de manera categórica en un espacio que tradicionalmente se reserva para la información. Esta ruptura, a su vez, conduce a un desplazamiento del dispositivo de enunciación pues se pasa del lugar de narrador testigo característico del discurso informativo, a un enunciador que le disputa la palabra política a otros agentes, fundamentalmente al gobierno nacional y al ejecutivo. Esta propiedad funciona como un invariante del *corpus*: constituye una táctica estable y recurrente del diario para referirse a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Como ya explicamos, *Clarín* constituye un periódico de referencia dominante en el marco del mapa mediático del país y, por tanto, es un agente cuya discursividad política marca la agenda de los temas a nivel nacional.

En este sentido, dicha táctica que despliega el enunciador tiene implicaciones políticas contundentes que apuntan a imponer su visión particular sobre la Ley, como un agente que está directamente implicado

en el juego político que narra y comenta. Tratemos de precisar este desdibujamiento entre información y opinión un poco más. Considérense los siguientes ejemplos⁵²:

Cuadro N°1

Pieza N°	SECCIÓN INFORMATIVA “EL PAÍS”
1	Título 1: <i>Polémica por la ley de medios audiovisuales</i> DURAS CRÍTICAS DE CARRIÓ Y LA UCR AL PROYECTO OFICIAL DE RADIODIFUSIÓN <i>Dijeron que con la iniciativa el gobierno intenta “poner de rodillas” a los medios</i>
2	Título 2: <i>El dictamen K mantiene los puntos más polémicos</i> SIN CAMBIOS, EL PROYECTO GOLPEA EL PLURALISMO INFORMATIVO <i>En varios artículos restringe la diversidad y afecta la libertad de elección de la gente</i>

Ambos títulos corresponden a la sección informativa “El País” y fueron escogidos de las piezas del *corpus* de manera aleatoria. Una primera observación deja ver que las operaciones de encuadre del discurso que emplea el diario, que como señalamos en el discurso de la información constituyen al mismo tiempo el enmarcamiento de sentido del acontecimiento en cuestión (Verón, 2004), contienen elementos de carácter subjetivo, principalmente “marcadores evaluativos axiológicos” (Kerbrat-Orecchioni, 1997). Analicemos dos “operadores”⁵³ por separado:

Operador N°1: “Dictamen K”. Dentro de las variaciones posibles que existen para nombrar el proyecto de Ley que obtuvo media

52 Por reglas de estilo, los títulos de *Clarín* de manera regular se componen de tres unidades, ante título o volanta, título y sub título. Aquí los tratamos como una unidad. El título corresponde a la frase escrita en letras mayúsculas.

53 En el marco de la teoría desarrollada por E. Verón, el significante *operador* designa aquellas marcas lingüísticas que pueden operar diferentes direcciones discursivas al tiempo y su indagación o análisis constituye el punto de partida necesario de todo análisis discursivo. Se trata de uno de los tres componentes que forman el modelo analítico denominado *operación*, pues “cuando se analizan los discursos se describen operaciones” (Verón, 2004: 51).

sanción en la Cámara de Diputados el 16 de setiembre, el enunciador opta por el operador “K” para designarlo. En este movimiento, el enunciador deja huellas sobre su posición con respecto al tema. Este cree que el proyecto responde a intereses corporativos de un sector del justicialismo, el kirchnerismo, que hoy ocupa el gobierno nacional, y por tanto no representa los intereses y/o necesidades de otros sectores sociales y políticos ni mucho menos los intereses del colectivo país. Recordemos que se trata de una ley nacional.

Operador N°2: “Golpea”: La elección de los verbos para formular los títulos de las noticias es clave en la producción informativa, precisamente porque es dicha categoría léxica la que expresa existencia o acción, tanto en los títulos informativos como en los expresivos, en las noticias tanto como en los artículos de opinión o los editoriales. En este caso, de todas las opciones que ofrece el léxico español, el enunciador opta por decir “Sin cambios, el proyecto golpea el pluralismo informativo”. Aquí, si bien el enunciador no está marcado explícitamente, nuevamente deja una huella sobre su valoración de uno de los efectos negativos que, según él, encierra la Ley: “golpear el pluralismo informativo”. Lo que está diciendo es que cree que hay un estado de cosas vigente en el país del cual el pluralismo informativo hace parte y que se modificará negativamente pues el proyecto de Ley se aprobó sin cambios.

Tomados en su conjunto, los títulos del cuadro N° 1 dejan huellas sobre la posición del enunciador sobre la Ley. De modo general, éste cree que las “críticas” que recibió la Ley por parte de dos partidos de la oposición política al kirchnerismo (CC y UCR) son “duras” y fueron realizadas porque la ley efectivamente “golpea el pluralismo informativo”, pues es “restrictiva de la diversidad” y “afecta la libertad de elección de la gente”. Así, la media sanción que el proyecto de Ley obtuvo en Diputados, con votos de bloques políticos que en otros temas son opositores al gobierno (como el Socialismo por ejemplo), queda definida invariablemente como “dictamen K”.

Para el enunciador la nueva Ley representa únicamente los intereses del kirchnerismo como expresión de un sector político, que busca sancionar la Ley con el objetivo de “poner de rodillas” a los medios. Por todo lo anterior, “la ley oficial de radiodifusión causa polémica”, y es leída

por el diario, a todas luces, como una iniciativa del gobierno claramente negativa y perjudicial para el sistema nacional de medios.

El borramiento de la historia de la Ley

Una segunda táctica discursiva identificada como invariante del *corpus* es la personificación de los hechos sociales. De manera regular el proceso de discusión y sanción de la Ley de Medios se representa en la figura de dos agentes. Primero, la táctica opera sobre la figura del Ejecutivo, destacando que “La Presidenta Cristina Kirchner metió de lleno en la campaña electoral una polémica reforma a la Ley de Radiodifusión” (Pieza N° 3 El País 20/03/2009). En este punto conviene recordar que el proyecto de Ley fue presentado por el Ejecutivo el 18 de marzo de 2009, tres meses antes de las elecciones legislativas de junio de 2009. Una vez cumplidas dichas votaciones, hacia el momento de discusión de la Ley en la Cámara de Diputados en el mes de septiembre, la táctica de personificación opera de manera más clara, desplazándose hacia la figura del ex presidente Nestor Kirchner, en el marco de una estrategia de argumentación diferente: se enfatiza en este agente como una figura que busca impulsar la “aprobación acelerada de la Ley para controlar a la prensa”, con vistas a las elecciones presidenciales de 2011.

Tal personificación conduce a un borramiento de la historia de la Ley, que implica la supresión del carácter histórico que la normativa posee, al haber sido sancionada en 1980 durante la última dictadura militar (1976-1983), y luego, al haber sufrido sucesivas reformas que estuvieron muy marcadas por el contexto político y social de los diferentes gobiernos en los últimos 26 años de democracia, y que propiciaron la concentración y privatización del sistema de medios que operó en el país hasta 2009. Analicemos varios momentos de esta notable ausencia.

Al personificar el proceso de discusión y sanción de la Ley en la figura de N. Kirchner, señalando que para el ex presidente la Ley constituye una estrategia para “controlar a los medios” y así aplanar el camino a la presidencia en 2011, lo que está en juego para el diario es casi exclusivamente un proyecto político de tipo personal. Se construye una temporalidad de los modos de hacer política del gobierno con una consecuencia que es doble: a) La Ley no estaría aportando a la historia de las comunicaciones

en el país; b) La Ley estaría concebida solamente en función de intereses personales del ex presidente y otros de carácter corporativo, cercanos al kirchnerismo. En ese orden de ideas, aparece completamente despojada de la discusión sobre la necesidad de un nuevo marco legal en el país, luego de casi 30 años de espera, y aparece alejada, además, de la concepción de Política Pública Nacional.

En este punto, el enunciador elude sistemáticamente datos que son centrales para entender la historia y discusión que existe en el país en torno a esta Ley. Hay dos antecedentes particularmente reveladores sobre las gestiones de los gobiernos democráticos para reemplazar el Decreto-Ley de 1980 que el diario no menciona. El primero de ellos es que desde el retorno a la democracia en 1983 hasta 2009, se han presentado alrededor de 70 proyectos para modificar la Ley: solamente uno obtuvo despacho de comisión⁵⁴ y ninguno se trató en el recinto. El segundo dato: entre 1983 y 2003, la Ley sufrió aproximadamente 207 modificaciones legales pero, paradójicamente, la introducción de dichos cambios en democracia ha favorecido la concentración y centralización de los medios masivos de comunicación, patrocinando la tendencia a la conformación de monopolios y oligopolios mediáticos. A pesar de las reiteradas presentaciones en el Congreso, lo que se observa es que a lo largo de estos años no hubo voluntad política efectiva para impulsar cambios estructurales en la Ley. En su lugar, los “parches legales que se aplicaron la desmejoraron, en términos de democratización de las comunicaciones” (Mastrini, 2009, citado en Giniger, 2009: 15).

Así, al borrar estos datos de la historia de la Ley, desde esta discursividad lo que aparece en disputa en el contexto de 2009 son exclusivamente intereses corporativos y personales. Aunque el trabajo sostenido de diferentes organizaciones de la sociedad civil a lo largo de los últimos 5 años para democratizar las comunicaciones en el país muestra que efectivamente esta Ley constituye una demanda social histórica que trasciende y antecede la iniciativa de este u otro gobierno, el enunciador lo borra, lo suprime de su producción. Ciertamente, dicha deshistorización es una ope-

54 El proyecto que logró ingresar a despacho de comisión fue el de Álvarez Guerrero. La propuesta reflejaba ciertos consensos del proyecto del Consejo para la Consolidación de la Democracia, un organismo multisectorial conocido como COCODE. Sin embargo, no fue incluido en labor parlamentaria.

ración de naturaleza discursiva muy potente, con implicaciones políticas contundentes. En virtud del “efecto de realidad” (Barthes, 2002: 186) que todo discurso informativo genera, lo que está en juego es la visibilidad/invisibilidad del escenario político nacional y de distintos sujetos sociales y políticos que desde diferentes ámbitos, pero principalmente “desde abajo”, y desde mucho tiempo antes de que el gobierno nacional decidiera apoyar políticamente la iniciativa, han venido luchando para sancionar una “Ley de la democracia”.

Si decimos que en *Clarín* se borra la historia de la Ley, en contraste, diremos que en *Página/12* se afirma el carácter histórico de las reivindicaciones de distintos sujetos para democratizar las comunicaciones en Argentina. En su producción, *Página/12* enfatiza la trayectoria de la Ley, reconstruyendo la historia de 29 años de “postergación” de una ley sancionada bajo el régimen democrático y construyendo la legitimidad de la normativa en base a la idea de un “camino necesario” (Pieza N°4 Opinión 18/03/2009), para “garantizar el derecho a la comunicación de los ciudadanos” (Pieza N°4 Opinión 18/03/2009). Asimismo, frente a la notable ausencia de los actores de la sociedad civil en *Clarín*, en *Página/12*, en cambio, estos aparecen representados como agentes que apoyaron y contribuyeron a la iniciativa. Así, vemos que en el diario aparecen representados distintos actores políticos, sociales y comunicacionales: las dos centrales de trabajadores, sindicatos ligados al espectáculo y a la información, las autoridades de universidades nacionales, cineastas, actores, comunicadores comunitarios, estudiantes de universidades públicas, la *Coalición*, entre otros.

Cuadro N°2

Pieza N°	DIARIO	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO
5	Clarín	Tapa	16/09/2009	<i>El kirchnerismo quiere retener el control hasta 2013</i>
6	Página/12	El País	10/10/2009	<i>Nueva etapa para los medios audiovisuales</i>
7	Clarín	Tapa. En Foco	16/09/2009	<i>La pieza clave de los Kirchner en el intento por reflotar el plan del 2011</i>
8	Página/12	Opinión	17/09/2009	<i>Los 21 puntos sobre las íes</i>
9	Clarín	Editorial	17/09/2009	<i>Ley de necesidad y urgencia</i>
10	Página/12	El País	10/10/2009	<i>De cepas nobles y bien añejada</i>
11	Clarín	El País	16/09/2009	<i>Claves del capítulo que le da todo el poder al Ejecutivo</i>

Sigamos con el análisis de la discursividad de *Clarín*. Como parte de la operación de borrado de la historia de la Ley, el desplazamiento tan enérgico hacia el agente Kirchner construye una imagen donde lo que empezó siendo “La ley que lanzó la presidenta”, como parte de una estrategia de cara a las elecciones legislativas de junio de 2009, pasa a ser luego una evidencia de que “El kirchnerismo quiere retener el control hasta 2013” (pieza N°5) y “La pieza clave de los Kirchner en el intento por reflotar el plan del 2011” (pieza N°7). Planteado como una astucia de Kirchner de cara a las elecciones presidenciales de 2011, en las que este agente eventualmente participaría como candidato presidencial, aunque en el momento en que se producen estos discursos este dato no ha sido confirmado y no se conocen aun los candidatos de ninguna fuerza política⁵⁵. En tal caso, a los ojos del diario, lo que está en juego con la sanción de la Ley es un proyecto político sostenido en las ansias de acumular poder del ex presidente y en sus intenciones de hacerse nuevamente con el Ejecutivo.

55 La prematura muerte de Néstor Kirchner, ocurrida el 27 de octubre de 2010, eliminó la posibilidad de su candidatura.

En el contexto político en que se producen las piezas, una de las críticas más recurrentes que se le formulan a Fernández y a Kirchner tiene que ver precisamente con su forma particular de ejercer el poder, caracterizada por algunos como un modo que desinstitucionaliza el sistema político. En esta línea, el único responsable de tal desinstitucionalización es, a los ojos del diario, el kirchnerismo. Más acá o más allá de la veracidad de tal afirmación -cuyo análisis excede los objetivos del presente trabajo-, diremos que el clima de desinstitucionalización que vive Argentina en el período de análisis está configurado simbólicamente también desde la discursividad de un medio de referencia dominante como es *Clarín*.

Con respecto a la construcción discursiva de Kirchner, se trabaja sobre la figura recurrente de un agente que, sin ser presidente y sin ocupar un cargo público en el gabinete nacional, tiene sin embargo la capacidad de incidir en el poder legislativo y en el destino de la Ley. Un aspecto medular de la argumentación del diario, que apunta a mostrar que en Argentina un agente puede gobernar de manera indirecta para obtener beneficio propio; es decir, este agente no sólo decide sin haber sido elegido democráticamente vía elecciones para ocupar un cargo público en el gabinete, sino que gobierna veladamente para consumir un proyecto de tipo personal. Se trata entonces de un agente que, debido a las ansias de acumular poder que lo caracterizan, elige la anti institucionalidad como camino válido para lograr objetivos personales. En este punto conviene señalar que desde 2003 Nestor Kirchner irrumpió en la escena política argentina como un personaje polémico que despierta amores y odios y que tiene unas formas controvertibles de ejercer el poder. Aquí ya se empieza a delinear una imagen que será cada vez más recurrente en el conjunto de la producción discursiva del diario, que tiene que ver con la anti institucionalidad. Los siguientes fragmentos ilustran lo que acabamos de exponer.

Cuadro N°3

	DIARIO	FRAGMENTO
12	CLARÍN	<i>El apuro de Néstor y Cristina Kirchner para darle sanción a la ley contra los medios pareciera tener, a primera vista, dos motores. Uno de esos motores es el proyecto político que el ex presidente está dispuesto a conducir para volver a ser protagonista, directo o indirecto, en el 2011. El otro tiene que ver con las instituciones y la transición: el matrimonio presidencial necesita un trámite expeditivo en Diputados porque conoce que no todos los vientos soplarán a favor cuando el proyecto aterrice en el Senado</i>
	Sección El País Fecha 16/09/2009	<i>Aquel proyecto de Kirchner no tendría destino, a su entender, si no lograra alterar algunas composiciones de la realidad. Una clave es la de los medios de comunicación. Más importante, incluso, que el desafío que hace un año planteó con sus demandas el campo y que estropeó a la administración de Cristina. El ex presidente está convencido de que ese conflicto existió -y aún existe- sólo porque el periodismo le da cabida</i>

Otras piezas del *corpus* expresan de manera más categórica esta construcción. Veamos otro ejemplo. En la edición del 16 de septiembre, el mismo día de la votación del articulado de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la Cámara de Diputados, el diario titula en tapa a media página: “Medios: el kirchnerismo busca ejercer el control hasta 2013” (pieza N° 13). Aquí la táctica del enunciador consiste en equiparar, tender un puente, entre el tiempo de vigencia en el cargo que tendría la autoridad de aplicación de la nueva Ley -que en ese momento se preveía que sería de 4 años y duraría hasta 2013-, con el tiempo que N. Kirchner “quiere retener el control”. Se fabrica simbólicamente la idea de que a través del control directo del ejecutivo sobre este organismo, el gobierno nacional pretende retener el control hasta el año 2013 de manera indirecta. Dicho de otra

manera, los directivos de dicho ente, que se mantendrían en el cargo hasta el año 2013, estarían digitados de hecho por “los Kirchner”, aunque estos por derecho ya no ejerzan funciones de gobierno. De esta forma, “el matrimonio” podría eventualmente “retener el control hasta 2013”, anti institucionalmente.

El punto sobre la conformación de la autoridad de aplicación del proyecto de Ley efectivamente fue uno de los más discutidos por la oposición política en el seno del debate en la Cámara de Diputados, pues inicialmente se estipulaba una primacía del Ejecutivo. Luego, éste pasó a ser uno de los tres puntos que el oficialismo debió negociar con las fuerzas políticas de centro-izquierda y el socialismo en dicha instancia para obtener mayoría⁵⁶. Finalmente, se definió que la autoridad de aplicación constituya un organismo descentralizado con mayor cantidad de miembros que en el proyecto inicial.

En este caso lo que el enunciador no dice es que según lo establecen la constitución de la Nación Argentina y las leyes electorales, la actual presidenta C. Fernández podría eventualmente competir en las elecciones presidenciales de 2011 en busca de un segundo mandato. Por su parte, el ex presidente también podría disputar la presidencia en las mismas elecciones, luego de pasar por las internas del Partido Justicialista. Sea quien sea el próximo presidente, aquel que resulte electo en la contienda asumirá el cargo el 10 de diciembre de 2011 por 4 años; es decir, hasta 2015. En ningún caso, el año 2013 representa una fecha clave de recambios en el Ejecutivo. Así, al ocultar esta información clave de la Constitución y de las leyes electorales del país, lo que el enunciador construye es una imagen en la que el gobierno -que para el diario aparece reducido al “matrimonio presidencial” o bien a los “Kirchner”- legisla con fines corporativos, para “mantenerse en el poder” a cualquier costo, y consecuentemente, no tiene más historia que la anti institucionalidad. Dicha imagen aparece reforzada por las formas regulares que emplea el diario para nombrar la Ley.

Toda vez que *Clarín* construye la imagen de la Ley como “proyecto K”, “Ley K” o “Proyecto K de medios”, lo que plantea es una ope-

56 Los otros dos puntos negociados fueron la exclusión de las telefónicas del ingreso a la televisión por cable y la ampliación del cupo obligatorio para producciones locales independientes.

ración discursiva que denuncia las intenciones del gobierno de aprobar una nueva ley que persigue y perjudica a los medios y defiende intereses exclusivamente corporativos, alejados de las necesidades e intereses de los argentinos como colectivo.

La auto calificación

Otra de las tácticas identificadas en la producción discursiva del diario, principalmente en el período de cierre, es la construcción de un relato auto referencial de auto designación. Esta Operación apunta a una “fórmula atributiva de autocalificación” (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 64) para lograr, apelando a la confianza de sus lectores, dos objetivos relacionados con el propio diario y con el grupo empresario *Clarín*. Por una parte, construir un relato según el cual el periódico constituye un agente que acompañó los cambios que vivió el país, que le apostó al crecimiento e invirtió en Argentina. Por otra parte, controvierte las acusaciones sobre el traspaso del límite de licencias de radiodifusión que están permitidas por la normativa vigente. El hecho de que esta táctica discursiva emerja recién hacia el mes de octubre, cuando la Ley está pronta a aprobarse en la Cámara de Senadores, se explica, en parte, por la forma en que se fueron radicalizando los vínculos de hostilidad con el gobierno nacional, y por las posiciones políticas que los distintos agentes fueron asumiendo en la esfera pública en el transcurso de aquellos meses.

El ejemplo más categórico de auto calificación lo constituye un mensaje del grupo *Clarín*, publicado por primera vez el domingo 4 de octubre, a doble página, titulado “64 años creyendo en el país y construyendo medios argentinos”, que luego fue publicado sucesivamente los días 5, 6, 7, 8 y 9 del mismo mes. Analicemos los siguientes fragmentos del mensaje.

Cuadro N°4

	PERIÓDICO	FRAGMENTOS
14	SECCIÓN Página editorial	<i>Usted conoce Clarín [...] No estamos en guerra con nadie. Aunque nos ataquen seguiremos contando lo que entendemos le pasa y le interesa a la sociedad. Eso quizás molesta. Y por eso las campañas sucias, los panfletos paraoficiales, las intimidaciones de la AFIP, el uso de organismos públicos como herramientas de apriete. Coincidimos en que la democracia se debe una nueva ley de radiodifusión. Este proyecto pregona la democratización pero consagra un poder discrecional sobre los medios. Además busca atomizarlos y debilitarlos. Para que no se escuchen y dependan de las dádivas oficiales. O directamente para acallarlos</i>
	FECHA 04/10/2009	<i>Este proyecto deja a los medios en estado de precariedad absoluta, al no respetar las licencias vigentes, algo que ni siquiera sucedió en Venezuela. Y autoriza que la única red de radio y TV que llegue a todo el país sea la del Estado</i>
	Fragmentos Solicitada	<i>Cuando las leyes son pensadas contra algunos, cuando el personalismo utiliza el poder del Estado y no encuentra freno en las instituciones, están en riesgo las garantías de todos. Esto es parte de lo que el Grupo Clarín tenía pensado decir en el Senado de la Nación, antes de que se anticipara el final del debate en Comisión. Queremos compartirlo con los senadores y con toda la sociedad. Creemos que de nada sirve nuevamente forzar la polarización de un debate. Desde nuestro lugar apelamos a la racionalidad. A que se proteja no sólo la seguridad jurídica sino nuestro derecho a seguir apostando en el país. Confiamos en que el debate legislativo pueda servir para tener una mejor ley, que permita preservar la libertad de expresión, el desarrollo de la industria audiovisual y el acceso de más ciudadanos a los nuevos medios. Desde Clarín seguiremos trabajando, como siempre, en comunicar a los argentinos en su mismo idioma [...] En ninguna de sus actividades el Grupo Clarín es un monopolio</i>
	Título: 64 años creyendo en el país y cons- truyendo medios argentinos	<i>En los últimos meses, se ha emprendido una batalla contra un grupo periodístico nacional. No es inusual que los gobiernos se molesten con los medios: la tensión prensa-poder es natural en la democracia. Lo que sí resulta inaudito es que se haya puesto todo el aparato estatal (el formal y sus resortes más oscuros) para amedrentar, a través de la estigmatización política y la difamación personal. Una campaña direccionada a Clarín pero que lo excede como destinatario. Y que revela un objetivo muy claro: desacreditar a los medios de comunicación como contrapeso en la democracia</i>

Esta es una táctica de legitimación relativamente novedosa para un diario tradicional y dirigido al gran público como es *Clarín*. Produce un desplazamiento del dispositivo de enunciación característico del discurso periodístico, de narrador testigo, para posicionarse en la enunciación contenciosa de un agente que directamente le disputa la palabra política a la institucionalidad, mostrando que está directamente implicado en el conflicto que narra, y trazando una línea divisoria clara que configura un antagonista -el gobierno- a través de un “nosotros” y un “ellos”.

En dicha operación, la línea isotópica dominante que se construye es una imagen decididamente polarizada sobre el gobierno y el multimédios, en un esquema estático donde el primero aparece sistemáticamente construido como el atacante, y el segundo, como un agente que se auto valora a manera de “contrapeso de la democracia”. En esta fórmula, el multimédios queda definido como un fiscalizador por excelencia de las instituciones democráticas y como un controlador privilegiado de las acciones del poder político. En esa línea el diario es el agente que presenta la verdad de los hechos a sus lectores y al resto de los argentinos. Y entre las verdades que cuenta figura en primera línea la negación de que *Clarín* constituya un monopolio empresarial. Lo que el diario no dice es que, ya sea en estas condiciones políticas o en otras distintas, se rehúsa de modo sistemático a que el estado asigne las frecuencias radioeléctricas y establezca condiciones democráticas de acceso a los medios.

Las fuentes de información: ¿La agenda de quién?

La oclusión de cuestiones medulares que hacen parte del histórico proceso de discusión del proyecto de Ley se configura también a partir del tratamiento que realiza el diario de las fuentes de información. Entendemos por fuentes cualquier sujeto, entidad y/o documento que provee de información al periodista para que éste obtenga elementos suficientes para elaborar el material durante el proceso de producción informativa. El tema de las fuentes de información es clave en la producción de las noticias pues aporta a la generación de los efectos de credibilidad, actualidad y objetividad del medio. Además, cuando se trata de hechos controvertibles, como es el caso de la discusión de la Ley, la pluralidad y simetría de fuentes constituye un componente fundamental del dispositivo de verosimilitud del discurso periodístico. Para examinar este aspecto, partimos de una conceptualización en la que los

vínculos entre periodistas y fuentes constituyen relaciones de poder. En palabras de Charron, se trata de “juegos de las relaciones de poder, son sistemas de interacción complejos, juegos de estrategias y de tácticas” (Charron, 1995: 87).

En tal sentido, se observa que de modo dominante el diario privilegia las fuentes de información institucionales de organismos políticos que se posicionaron categóricamente en contra del proyecto de Ley. En su mayoría estas fuentes representan las voces de las fuerzas de oposición política al kirchnerismo a nivel nacional, y en muchísimos casos coinciden con los legisladores de los 4 partidos contrarios más fuertes, que se retiraron del recinto en Diputados negándose a votar la Ley: Coalición Cívica, PRO, Partido Justicialista Disidente y Unión Cívica Radical. De modo general, desde las primeras piezas que el diario le dedica al tópico en el período de apertura, son estas las fuentes visiblemente más consultadas.

Las segundas fuentes más consultadas son expertos en la materia que, *grasso modo*, advierten sobre dos cuestiones negativas del proyecto de Ley, con las que *Clarín* coincide en su discursividad, el “impacto negativo en la seguridad jurídica” que ocasionaría la aprobación de la Ley en el sistema de medios, y que “[...] el espíritu del proyecto va a contramano de lo que ocurre en otros lugares del mundo, como EE.UU. y España”. A estas fuentes se le suman también “representantes de cuerpos profesionales” (Charaudeau, 2003: 168) como son la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP)⁵⁷ y la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas⁵⁸ (ADEPA).

57 Según consta en el sitio web institucional, (www.sipiapa.com), la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) se define como “una organización sin fines de lucro dedicada a defender la libertad de expresión y de prensa en todas las Américas”. Sin embargo, hay que decir que la asociación está formada por propietarios, editores y directores de diarios, periódicos, editoriales y agencias informativas de distintos países de la región -Iberoamérica y Norteamérica. Sus integrantes, que no necesariamente son periodistas, en su mayoría son empresarios y dueños de acciones de los medios de comunicación que representan. Creada en 1943, hoy la SIP está compuesta por 1.300 publicaciones afiliadas, con un total de circulación por sobre los 43 millones de ejemplares en papel y un número creciente de lectores por Internet, según consta en el site.

58 Según consta en el sitio web institucional, (www.adepa.org), la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) es una entidad conformada en 1962 por los directores de los principales diarios del país quienes se reunieron por primera vez en el marco de la VIII Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). El organismo, que agrupa a los principales diarios y periódicos de Argentina, está conformado por editoras de publicaciones periodísticas de aparición regular -socios activos-, así como por entidades que ejercen la representación de publicaciones del interior, las escuelas de periodismo, agencias noticiosas y de servicios fotográficos de prensa y personas relacionadas con la labor periodística por la afinidad de sus actividades -socios adherentes-.

Con respecto a las fuentes político partidarias más consultadas, el tratamiento periodístico que se efectúa de las mismas es muy desigual en relación a otras fuentes -las que provienen de organismos públicos o representantes de la sociedad civil-, pues las declaraciones de cita directa le corresponden casi exclusivamente a las voces críticas a la ley, y la extensión; es decir, el espacio que el diario le dedica a estas voces, es sustancialmente mayor que el resto de las fuentes consultadas. La cuestión de las citas es crucial en la prensa dado que una de las funciones características del discurso informativo es precisamente recoger las palabras de otros. Este tema alude a la problemática del discurso referido y los modos de representación de otros discursos en el discurso de la información.

Entonces, ¿Quién habla en *Clarín* sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual? Concretamente, las fuentes partidarias más consultadas sobre el tema en los tres períodos que analizamos son: la diputada Elisa Carrió de Coalición Cívica; la diputada y titular de la Comisión de Libertad de Expresión de la Cámara baja Silvana Giúdice; Gerardo Morales, titular de la Unión Cívica Radical; Mauricio Macri, titular de Propuesta Republicana -PRO-; Francisco De Narváez, diputado de Unión PRO; el ex presidente Eduardo Duhalde. Todos agentes de la oposición más férrea al kirchnerismo, que en el transcurso de 2009 no han apoyado ni una sola iniciativa legislativa que proceda del oficialismo. Al mismo tiempo en *Clarín* hablan mayoritariamente fuentes no identificadas, aquellas cuya identidad los periodistas se reservan. Como señala Charaudeau, “[E]l requisito de identificación de las fuentes forma parte de los condicionamientos discursivos del contrato de comunicación mediática” (Charaudeau, 2003: 170). Volvemos sobre esta cuestión en el apartado acerca de Papel Prensa, en este mismo Capítulo.

En este punto, en contraste con *Clarín* el diario *Página/12*, pese a no ocultar su apoyo a la iniciativa, contrasta fuentes y recoge distintas voces opositoras en primera persona. Concretamente, *Página/12* emplea declaraciones de cita directa de los siguientes personajes de la oposición más férrea al gobierno: Giudice, presidenta de la Comisión de Libertad de Expresión; Federico Pinedo, jefe de los diputados macristas; Francisco De Narváez, titular de Unión-PRO; Fernando Iglesias y Patricia Bullrich, de Coalición Cívica; Jorge Sarghini, del bloque del peronismo disidente;

y Gerardo Morales, presidente de la UCR. Si se observa en detalle, es posible advertir, en efecto, que muchas de las voces contrarias a la Ley que son las más consultadas por *Clarín* también tienen espacio en *Página/12*, lo que no ocurre en un sentido inverso. Asimismo, el uso de fuentes no identificadas aparece como un recurso excepcional en *Página/12*, mientras que en *Clarín* constituye un recurso permanente.

En los tres períodos analizados, se observa que *Clarín* consulta de manera recurrente las mismas fuentes, otorgando fiabilidad exclusiva a un conjunto restringido de voces, lo que supone que el proceso de selección y jerarquización de fuentes para tratar este tópico no ha sido exhaustivo, y que los criterios de equilibrio informativo, transparencia y veracidad de la información son deficitarios. Tal aspecto del tratamiento de la información es por lo menos dudoso, pues el matutino denuncia con insistencia que la Ley atenta contra la libertad de expresión pero, paradójicamente, no cumple con las reglas básicas de la consulta de multiplicidad de fuentes, comprometiendo el derecho a la libertad de información de los lectores.

De tal modo es difícil sostener que los datos que ofrece el periódico sobre el tópico de la Ley estén contrastados, y que por lo tanto sean veraces. Un dato importante es que las voces directas de los representantes de la oposición política, en muchísimas ediciones, constituyen los títulos de aquellas noticias que por su ubicación en la página y por su extensión constituyen las piezas principales de la sección “El País”. Este es un recurso empleado de forma regular por el enunciador.

En este punto, resulta pertinente la clasificación de las fuentes propuesta por Mauro Wolf (Wolf, citado en Armentia et al., 2003: 128). Este autor diferencia las fuentes estables de las provisionales, teniendo en consideración la frecuencia de contacto. Sucintamente, las fuentes estables son aquellas que mantienen relaciones fijas con el medio, por ejemplo las agencias de noticias. Las fuentes temporales en tanto corresponden a aquellas que se relacionan con los periodistas sólo durante un cierto período o bien lo que dure la cobertura de un tema informativo concreto. Dentro de las fuentes temporales es posible diferenciar entre aquellas que han sido utilizadas una única vez, y aquellas a las que, sin llegar a ser permanentes, se recurre en más de una ocasión. Teniendo en cuenta esta tipología, no sería

arriesgado señalar que en la cobertura periodística de la Ley, las fuentes político partidarias de las fuerzas de oposición han funcionado para el diario como fuentes estables de consulta, en detrimento de la búsqueda de otras fuentes y por tanto, de la contrastación.

Con respecto al empleo de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) como fuente de información reiterada, su uso tiene que ver con una táctica de credibilidad por parte del enunciador. Dado que la SIP constituye una autoridad regional en la materia, éste busca apoyar su posición en los argumentos de la entidad. Para Charaudeau, la credibilidad es parte de la estrategia de discurso, que para el enunciador consiste en “determinar una posición de verdad, de modo que pueda [...] ser tomado en serio” (Charaudeau, 1998: 14).

Lo que el diario elude es que la SIP constituye una entidad que nuclea a grandes propietarios de medios de comunicación del continente en defensa de intereses empresariales, y de la cual *Clarín* -igual que su socio *La Nación*- forma parte. A lo largo de todo el proceso de discusión de la Ley, la SIP ha insistido en difundir informes advirtiendo sobre el “hostigamiento” del gobierno argentino hacia los medios y acerca del “peligro” que corría la libertad de prensa en el país de ser aprobada la Ley. Casi todos los comunicados de la entidad fueron recogidos por *Clarín*, algunos incluso en los editoriales. Un ejemplo categórico es el editorial del 20 de marzo titulado “El hostigamiento a medios de prensa” (Pieza N° 15).

En relación al empleo de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) como fuente de información reiterada, también en este caso se trata de una táctica de credibilidad por parte del enunciador. En la misma sintonía política de la SIP, durante todo el proceso de discusión de la Ley, ADEPA se expresó categóricamente en contra, sosteniendo que ésta contiene “restricciones a la libertad de prensa” y afecta “la seguridad jurídica”⁵⁹. Aquí lo que el enunciador elude en todo caso son los vín-

59 Por ejemplo, en un comunicado dirigido a sus socios el 17 de septiembre de 2009, la entidad señala que la iniciativa “afecta gravemente la libertad de expresión por la determinación de contenidos obligatorios para las emisiones radiales y televisivas al igual que lo hace la ley vigente de 1980” y que “lesiona seriamente el sistema federal”. La entidad expresó que “la restricción aparece con los amplios márgenes de discrecionalidad que se le otorga a la Autoridad de Aplicación, controlada por el PEN, para el otorgamiento y caducidad de las licencias”. Además, ADEPA asegura que el proyecto viola “bajo el eufemismo de la ‘adecuación’, derechos adquiridos bajo el amparo” de leyes anteriores. Y concluye: “Esta disposición intenta forzar a los actuales licenciatarios sin tener en cuenta que, justamente, son

culos que el multimedios *Clarín* mantiene con ADEPA y que son de vieja data. Por ejemplo, en 1976, cuando el grupo *Clarín* adquirió las acciones de Papel Prensa -junto con los diarios *La Nación* y *La Razón*- dio a conocer la noticia precisamente en la sede de esta Asociación en la ciudad de Buenos Aires. En el comunicado del día se eludió por completo el hecho, constatado por el investigador Marcelo Borrelli (2008)⁶⁰ y señalado en el Capítulo anterior, de que para poder realizar la transacción, el gobierno militar le arrancó a la fuerza la firma del traspaso de las acciones de la empresa a la viuda del empresario David Graiver.

Siguiendo con el análisis del tratamiento de las fuentes de información, un dato clave es que los discursos de *Clarín* obviaron sistemáticamente las voces de los representantes de la sociedad civil y de la *Coalición por una Radiodifusión Democrática* (CRD). El signifiante Coalición, en efecto, no aparece ni una sola vez en las 89 piezas analizadas. Se trata, si cabe, de un enérgico silencio mediático. Tal aspecto muestra que el criterio de pluralidad de la información, que busca abrir espacios a puntos de vista diferentes sobre un mismo tema para generar consensos y diálogos y representar la posición de los diversos agentes involucrados en un mismo asunto, es altamente deficitario en el diario. El contraste con *Página/12* en este punto es categórico, pues éste último coloca a la *Coalición* como un agente clave que lideró la discusión sobre la Ley en el país en los últimos años. Sobre esta cuestión, conversamos con Ariel Weinman, del colectivo radio Gráfica de la ciudad de Buenos Aires e integrante de la Coalición, quien señala:

Nosotros no discutimos la posición de Clarín como empresa, lo que hacemos es pelear y trabajar para acceder a los espacios y obtener las mismas posibilidades de contar con un medio. Ellos nunca debatieron. En la historia que cuenta Clarín sobre

titulares de derechos concedidos para un fin determinado. Se violan aquí no sólo el principio de legalidad, sino el derecho de propiedad, el de libre comercio, el de ejercer toda industria lícita y el de libre expresión, en general, y el de la libertad de prensa en particular". Comunicado disponible en <http://www.enciclomedia.com/node/929>.

60 El investigador argentino Marcelo Borrelli, reconstruyó la historia de la adquisición de Papel Prensa S.A. por parte del gobierno militar y las empresas privadas. Al respecto, ver: "Una batalla ganada": el diario *Clarín* frente a la compra de Papel Prensa por parte de los diarios *La Nación*, *Clarín* y *La Razón* (1976-1978) (2008).

la Ley sencillamente los actores sociales y comunitarios no aparecemos⁶¹ (E1, 2009).

Sobre este mismo aspecto, Pascual Calicchio, expresa:

La Ley surge de una discusión muy profunda entre un montón de sectores de la sociedad que fuimos ignorados por los medios. Nunca salimos en ningún lado, pero eso no significa que no haya existido debate, los que no discutieron fueron los medios (E2, 2009).

El conjunto de consideraciones previas permite afirmar que en el tratamiento de las fuentes que hace *Clarín* no existen contrastación y equilibrio adecuados. Tal aspecto constituye además una huella sobre la toma de posición del enunciador: éste cree que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual revela intereses y objetivos corporativos del kirchnerismo, entre los cuales enfrentarse a los medios de comunicación y controlarlos aparece como el objetivo primordial. Dicho acercamiento empieza a delinear una idea sobre las modalidades del decir y la imagen del enunciador que se construye. Un punto sobre el que volveremos más adelante.

Líneas isotópicas dominantes

El carácter prescindible de la Ley

En el contexto de la discusión de la Ley, en la discursividad de *Clarín* se observa la presencia dominante de un modelo interpretativo que hemos designado modelo de prescindencia de la Ley. Se manifiesta en el conjunto de la producción discursiva del periódico, principalmente en los momentos de discusión y votación de la Ley en las Cámaras de Diputados y Senadores (Interludio y Cierre). Este “modelo interpretativo dominante” (Vasilachis de Gialdino, 1997) se sostiene en varias operaciones y figuras discursivas que conviene explicar. Primero, se sustenta fuertemente en la construcción simbólica de que la Ley es anti-institucional. Dicha anti-institucionalidad tiene dos componentes:

- A. La inconstitucionalidad del articulado de la Ley: Esta se presenta a partir de dos argumentos. El primero afirma que la Ley pone en peligro la autonomía de las provincias argentinas con respecto a la libertad de prensa. El segundo argumento, que es el más recurrente, es que la Ley lesiona la libertad de expresión y los derechos adquiridos⁶² de las empresas periodísticas, y en ese orden, tiene intenciones “confiscatorias” por parte del gobierno. Ambas tesis, que resultan un tanto inverosímiles en el marco de un gobierno democrático que sanciona una Ley que fue debatida legal y legítimamente es, sin embargo, el argumento dominante en las construcciones discursivas del diario. Considérense los siguientes ejemplos.

Cuadro N°5

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
16	Opinión	17/09/2009	<i>Tiene graves defectos y afecta derechos y Lesiona la libre expresión</i>
17	El País	20/09/2009	<i>Se pretende imponer una nueva legislación que dejará a todos los medios independientes al arbitrio de la imprenta confiscatoria</i>
18	Editorial	20/09/2009	<i>La media sanción al proyecto de ley de medios en la Cámara de Diputados bajo la presión del oficialismo, crea la perspectiva de crecientes dificultades para la libertad de expresión a la vez de la posibilidad de que sean lesionados derechos adquiridos</i>
19	El País	19/09/2009	<i>Planteará, dijo, ante la Corte Suprema de la Nación el pedido de inconstitucionalidad del proyecto oficialista por considerar que de aprobarse, se pondrá en peligro 'la autonomía de las provincias' con respecto a la libertad de prensa</i>

62 En los debates sobre la Ley la noción de derechos adquiridos se emplea para designar aquellos derechos que fueron adquiridos por las empresas periodísticas, previo a la sanción de la Ley, y que por lo tanto “podrían verse vulnerados”, según los críticos del artículo 161.

20	El País	17/09/2009	<i>Tanto la norma que impone contenidos de programación, como la que instaura la denominada “cuota de pantalla” del cine nacional, si bien son instrumentos útiles para la protección de nuestra identidad cultural y las industrias que la sustentan, exhiben deficiencias de regulación que tornan confusa su eventual aplicación y peligrosa para la defensa de los derechos y valores que se intentan proteger</i>
----	---------	------------	--

- B. El proceso irregular de debate y sanción de la Ley en la Cámara de Diputados: Esta idea cuestiona fuertemente la legitimidad del procedimiento parlamentario. Se construye a partir de tres puntos. El primero es la denuncia del incumplimiento de los plazos en el tratamiento de la Ley. En este sentido, se fabrica la idea del apuro, de la premura de los legisladores oficialistas quienes, por orden del gobierno, apresuraron el tratamiento legislativo, principalmente antes del recambio de legisladores que se realizó el 10 de diciembre de 2009. Esto se ve reforzado a su vez por las maneras en que se nombra la Ley. A los calificativos ya señalados, se le suman en esta etapa “Trámite exprés”, “Sesión maratónica”, “Ley de necesidad y urgencia”, “Ley sancionada en tiempo récord”, al tiempo que se insiste en la ausencia de debate, idea que a esta altura ya es transversal, y opera como un componente en la línea de la deshistorización que explicamos previamente.

El segundo elemento apunta a construir la idea de que la sesión de votación de la Ley en la Cámara de Diputados se efectuó por fuera del marco reglamentario en términos de tiempo, y “en ausencia” de los bloques políticos de la oposición (UCR, CC, PRO y Peronismo Disidente). Por último, luego de que la Ley ya ha sido aprobada en esta Cámara se argumenta, *a posteriori*, que se ocultaron cambios efectuados sobre tres puntos clave de la Ley. Esta idea se ve reforzada en el diario por el exceso de declaraciones en primera persona -modalidad de cita directa- de legisladores de los 4 partidos opositores que se retiraron del recinto sin votar la Ley. Para ejempli-

ficar lo que acabamos de exponer, basta con considerar ahora únicamente los títulos de las notas publicadas en su mayoría en la sección “El País”, en los períodos de interludio y cierre.

Cuadro N° 6

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO	ENUNCIADOR/ COMENTARIO
21	Tapa	17/09/2009	<i>Diputados votó la ley sin presencia opositora</i>	Se alude a las irregularidades del proceso de votación en Diputados
22	El País	17/09/2009	<i>Aprobaron la ley de medios, con la ausencia de la oposición</i>	Se alude a las irregularidades del proceso de votación en Diputados Hablan representantes de la oposición
23	El País	17/09/2009	<i>La oposición impugnó el debate y se retiró en masa del recinto</i>	Se transcriben las opiniones de los representantes de la oposición
24	El País	17/09/2009	<i>Debate con silbidos, abucheos y un final de euforia kirchnerista</i>	Se alude al clima de sanción de la Ley dentro del recinto
25	El País	17/09/2009	<i>Para el PJ disidente, el trámite “está viciado de nulidad”</i>	Se transcriben las opiniones de los representantes políticos del PJ disidente
26	Editorial	17/09/2009	<i>Ley de necesidad y urgencia</i>	Editorial del periódico
27	Tapa	19/09/2009	<i>Denuncian que se ocultaron cambios en la ley de medios</i>	Hablan representantes de la oposición: Coalición Cívica y UCR
28	El País	18/09/2009	<i>Acusaciones y sospechas por el sorpresivo voto socialista</i>	Hablan representantes del peronismo santafesino y la diputada opositora L. Sesma
29	El País	19/09/2009	<i>Para la UCR, se repite la idea “cuasi fascista de la dictadura”</i>	Habla Gerardo Morales, titular de la URC

30	Tapa	9/10/2009	<i>Entre sospechas y denuncias votan la ley de medios</i>	Hablan representantes del PJ disidente y la UCR sobre la votación de la Ley en Diputados
31	El País	9/10/2009	<i>Entre denuncias y sospechas, intentan sacar la ley de medios k</i>	Hablan representantes del PJ disidente y la UCR sobre la votación de la Ley en Diputados
32	El País	9/10/2009	<i>Morales: "Hay hechos que oscurecen y la ley sale viciada"</i>	Habla Gerardo Morales, titular de la URC
33	El País	9/10/2009	<i>El PJ anti K denunció "prebendas", y para Solá "esto chorrea sangre"</i>	Habla el diputado de Unión-PRO, Felipe Solá

Atributos otorgados a la Ley, varias operaciones

El esquema interpretativo que hemos denominado modelo de prescindencia de la Ley apunta a decir que la mejor Ley es la que no existe y que la mejor regulación es la no regulación. Se trata de un modelo que se sostiene fuertemente en un segundo componente, las formas que emplea *Clarín* para nombrar la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Dicha táctica se observa como una regularidad transversal del conjunto de la producción discursiva que cruza las piezas del *corpus* en los tres períodos de análisis. Hasta aquí hemos advertido al menos 12 modos diferentes empleados por el enunciador para designar la Ley. El contraste con las piezas del diario *Página/12* muestra claramente sus especificidades.

Cuadro N° 7⁶³

INVARIANTE TRANSVERSAL DEL CORPUS	CLARIN	PÁGINA/12
Formas regulares de nombrar la Ley	<ul style="list-style-type: none"> -Una ley polémica -Polémica Ley -Polémica por la ley de medios audiovisuales -Polémico proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> -Proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual
	<ul style="list-style-type: none"> -Ley contra los medios 	<ul style="list-style-type: none"> -Ley de Servicios Audiovisuales
	<ul style="list-style-type: none"> - Ley K - Dictamen K - Proyecto K - Ley K - Proyecto K de medios 	<ul style="list-style-type: none"> -Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual
	<ul style="list-style-type: none"> -Ley de necesidad y urgencia 	<ul style="list-style-type: none"> -El proyecto
	<ul style="list-style-type: none"> -La ley del Kirchnerismo 	<ul style="list-style-type: none"> -Proyecto de ley de Comunicación Audiovisual

En el caso de *Clarín*, aunque a nivel de la “superficie lingüística” (Pêcheux y Fuchs, 1975) las designaciones varían parcialmente, lo que nos importa es que a nivel discursivo se detectan por lo menos dos operaciones que son sistemáticas. Primero, las expresiones consideradas en su conjunto son empleadas de manera regular en las operaciones de encuadre del discurso, por lo general en los ante títulos de la sección “El País”, como marca no lingüística que actúa como un “flechaje hacia adelante” (Verón, 2004: 122) del texto que sigue, en tanto lo encuadra simbólicamente. Esta regularidad opera como una designación genérica, una propiedad estable que es recurrente en el discurso del diario y que tiene que ver con lo taxonómico ya

63 En el cuadro N° 7 no se especifica el número de piezas al que corresponden los ejemplos citados, ya que estos son transversales al conjunto del *corpus* construido.

que se emplea regularmente como ante título en las operaciones de encuadre. Usando las categorías de Ducrot y Todorov (2000), podemos señalar que esta fórmula funciona como el “Ideolecto” propio del diario sobre el tópico de la Ley⁶⁴.

Segundo, en tanto marca, la “K” funciona como un operador que implica un efecto de ocultamiento, en un movimiento discursivo que tiene dos momentos: inicialmente, se produce un efecto de reconocimiento dado que la “K” remite a la nueva fuerza política partidaria de origen peronista surgida en el país en 2003, ampliamente reconocida en el imaginario argentino contemporáneo como kirchnerismo. El movimiento nació durante la presidencia de Nestor Kirchner (2003-2007) muy ligado a su figura, y en la actualidad, está representado por Cristina Fernández (2007-actualidad). Cabe decir que desde su emergencia en la escena política nacional, el kirchnerismo configuró una discursividad que entró a confrontar con los tópicos centrales de la discursividad hegemónica neoliberal de los '90. El segundo momento tiene que ver con la oclusión fundamental de dos cuestiones: el debate y participación de amplios sectores de la sociedad civil que desde 2004 han venido trabajando para que se sancione una nueva Ley, y el avance que implica la aprobación de la misma para distintos agentes que hasta 2009 continuaban vedados del acceso a las actividades de radiodifusión en Argentina.

En contraste, en *Página/12*, lo que vemos es que más allá de las mínimas variaciones identificadas en la “superficie lingüística” (Pêcheux y Fuchs, 1975), a nivel discursivo predomina una misma operación. Se trata de la enunciación del carácter de Política Pública sobre medios audiovisuales que encierra la nueva Ley, lo que lleva a afirmar varias cuestiones: a) que la nueva Ley efectivamente introduce reformas estructurales en relación al antiguo decreto vigente; b) que las modificaciones de fondo que propone contienen un espíritu democrático, en contra del carácter centralista y jerárquico del anterior decreto; c) que se trata de una nueva Política Pública que rige exclusivamente para los medios audiovisuales, es decir, radio y televisión.

64 Si bien esta categoría alude a la manera de hablar propia de un individuo, considerada en lo que tiene de irreductible a la influencia de los grupos a la que pertenece dicho agente, en este ejemplo el concepto sería extrapolable.

Volvamos ahora al primer punto que *Clarín* evade, el debate y la participación del espectro de la sociedad civil en torno al tema. Cabe recordar que la creación de una nueva Ley de medios que se ajuste a los tiempos e incorpore los intereses de distintos sectores sociales del país constituye una reivindicación histórica, compartida por diferentes agentes políticos y sociales que han venido trabajando en el proyecto fuertemente: universidades nacionales, organizaciones sociales y de derechos humanos, sindicatos, radios comunitarias y un amplio espectro de la ciudadanía⁶⁵. Todos estos agentes, como dijimos, no aparecen representados en la discursividad de *Clarín*.

Desde 2004, más de 300 organizaciones se han unido en la *Coalición por una Radiodifusión Democrática* para avanzar una propuesta de “21 Puntos”. Este colectivo generó consensos fundamentales en torno a ideas nucleares que fueron sistematizadas por esta investigadora a través de entrevistas mantenidas con participantes del colectivo y mediante la revisión de informes y documentos de trabajo del grupo, y que aquí se resumen en tres: primero, para profundizar la democracia política primeramente se debe avanzar en la democratización de la comunicación. Segundo, la comunicación constituye un derecho y no un producto comercial. Tercero, la distinción de los medios debe hacerse entre medios comerciales, estatales y medios sin fines de lucro. Dicha diferenciación, a su vez, debe basarse en la premisa principal de que todos los medios son públicos⁶⁶. Así lo cuenta Pascual Calicchio, Coordinador de Comunicación del Movimiento Barrios de Pie e integrante de la Coalición:

En 2004 se forma la Coalición, un grupo de organizaciones de la sociedad civil que logró aglutinar prácticamente a todo el espectro político y social del país, salvo las grandes empresas, y que está conformado por distintas organizaciones vinculadas a la comunicación, que pensábamos que se podía avanzar y volver a plantear el tema de la Ley en Argentina. Así, el 27 de agosto de 2004, presentamos los 21 puntos de base para

65 Una recopilación interesante de testimonios de especialistas y militantes de la comunicación sobre la Ley en Argentina, puede consultarse en *Voces. Propuestas y debates hacia una nueva ley de medios* (2009).

66 La información sobre la *Coalición* fue recogida mediante entrevistas realizadas en Argentina, y mediante la sistematización de informes y documentos del grupo. Los “21 Puntos” propuestos por el colectivo pueden consultarse en www.coalicion.org.ar.

modificar la legislación. En la coyuntura de 2009, pensábamos que presentar un proyecto propio era muy complicado, y que lo mejor era que nuestras propuestas salieran en un proyecto del Ejecutivo, porque sabíamos que iba a haber presiones políticas y económicas y lo que se necesitaban eran consensos” (E2, 2009).

Además de los aportes técnicos que fueron parte del proyecto de Ley, en los últimos años el trabajo de la *Coalición* se abocó también a tareas de socialización y debate del tópico en diferentes puntos del país, así como al acompañamiento técnico a distintas fuerzas legislativas, nacionales y provinciales.

Resumiendo, el largo recorrido de trabajo y aportes que ha hecho este colectivo y que constituye una parte vital del proceso de discusión pública de la Ley no aparece en la producción discursiva del diario, lo cual implica una simplificación enorme por parte del medio de la complejidad de la dinámica política del país en torno a este tema.

En *Página/12*, la Ley aparece definida como un tema que “excede y antecede en su historia al kirchnerismo” (Pieza N° 34 Opinión 17/08/2009), o bien como resultado del trabajo de “La Coalición por una Radiodifusión Democrática y más de doscientas organizaciones sociales que durante el último cuarto de siglo militaron para que se derogue y reemplace la ley sancionada en 1980 por Jorge Rafael Videla” (Pieza N° 35 El País 9/10/2009).

¿Vínculos con el pasado?

Siguiendo con las operaciones discursivas que nombran la Ley y le otorgan atributos, hasta aquí hemos señalado aquellas que aparecen en el *corpus* de manera clara. Pero simultáneamente operan otros mecanismos en cuanto a formas de designar la Ley que son menos visibles en la superficie textual y que trataremos de explicar seguidamente.

Hacemos especial énfasis en las formas de nombrar pues nominar implica otorgarle entidad a un evento a través de la fijación de líneas de sentido dominantes. Toda vez que el diario designa la Ley como “proyecto oficial de radiodifusión”, como sucede en el ejemplo del cuadro N° 1, está construyendo una discursividad que remite, sin decirlo, al contexto histórico-político del último régimen militar argentino (1976-1983). Re-

cordemos que en 1980 se sancionó mediante decreto el último cuerpo legal íntegro sobre servicios audiovisuales aprobado en el país. Todos los cambios que vinieron luego constituyeron apenas reformas parciales. Entonces, al nombrar de igual modo una y otra Ley, lo que opera en *Clarín* es un “flechaje hacia atrás” (Verón, 2004: 223) a cargo del operador “radiodifusión”, que apunta a construir al menos tres imágenes:

a) Se busca asociar el espíritu restrictivo y centralista del decreto-Ley de 1980 con la nueva Ley, cuando se escribe “va en la misma dirección de la norma que pretende abolir” (Pieza N° 36 El País 20/03/2009).

b) Se dice explícitamente que la nueva Ley constituirá apenas “reformas a la Ley de Radiodifusión” (Pieza N° 37 Antetítulo El País 20/03/2009), en lugar de una Política de Comunicación de carácter integral cuyo nuevo articulado reemplazará totalmente al antiguo Decreto-Ley de 1980 y sus reformas posteriores. Aquí, nuevamente, la Ley aparece despojada de la idea de Política Pública. Este punto es una contradicción en la medida que lo que se discute en las dos cámaras legislativas constituye un articulado completo de un proyecto de Ley, no reformas puntuales.

c) Se busca identificar la naturaleza de los medios audiovisuales (radio y televisión), que son el objeto de regulación de la nueva Ley, con las características de la prensa. Se borran así diferencias sustanciales que existen entre los distintos tipos de medios, y en particular, un aspecto que constituye un punto nodal del debate público sobre el tema: el espectro radioeléctrico constituye un recurso limitado que es patrimonio de la humanidad, y que los estados nacionales tienen la obligación y potestad de regularlo y distribuirlo equitativamente, justamente en función de la limitación del número de frecuencias. La prensa, en cambio, constituye una actividad diferente cuyas posibilidades de producción son ilimitadas⁶⁷. Aquí, como vemos, también opera el efecto de ocultamiento.

De modo general, las tres imágenes quedan problematizadas cuando se las confronta con el nuevo texto legal, dado que normativamente éste constituye un quiebre en la configuración del ordenamiento legal

67 Agradecemos la observación sobre este punto a la profesora Daniela Monje, efectuada en el marco del Congreso Internacional *Corporaciones y Grupos de Poder en la Argentina del Bicentenario: Pasado y Presente*, que se desarrolló en Córdoba (Argentina) entre el 28 de Junio y el 1 de Julio de 2010, donde presentamos los primeros hallazgos de nuestra investigación. Igualmente agradecemos al Dr. Daniel Saur, quien también nos aportó importantes elementos de análisis sobre el tema.

de radiodifusión que operó en el país en los últimos 30 años. Tanto en relación al Decreto-Ley de 1980, como en relación a los distintos parches legales que sufrió luego durante los siguientes años de democracia.

Ahora bien, mediante el empleo persistente (y transversal) del operador “radiodifusión”, la producción discursiva del diario remite a la legislación de 1980, pero sin mencionar algunos aspectos que resultan fundamentales para enriquecer el debate público y la construcción de la memoria histórica al respecto. El autoproclamado Proceso de Reorganización Nacional (1976-1983) implementó la doctrina de Seguridad Nacional, orientada a “garantizar el orden interno”, planteando de manera simultánea la necesidad de fundar un nuevo país en términos económicos y políticos. Como condición de posibilidad, el régimen militar implementó el terrorismo de estado, apoyándose en políticas de desinformación y ocultamiento⁶⁸, y desarrolló un proyecto integral de Políticas de Comunicación, que apuntó sistemáticamente a censurar las voces que no fueran afines al régimen y a monopolizar la información en el estado. “La censura, el cierre de medios, la cárcel, la represión, los asesinatos y las desapariciones de periodistas, fueron los rasgos característicos de esos años” (Postolski y Marino, 2006: 163)⁶⁹.

En ese contexto, los militares sancionaron el Decreto-Ley de Radiodifusión 22.285 de 1980, reglamentado en el Decreto 286 del 24 de febrero de 1981. La norma fue diseñada por funcionarios del Ejecutivo, con el asesoramiento de las principales asociaciones patronales del sector -la Asociación de Radiodifusoras privadas argentinas (ARPA) y la Asociación de Teleradiodifusoras de la Argentina (ATA)-. “De allí que su contenido fuese el resultado de la coincidencia de los intereses del gobierno militar y los intereses empresariales” (Postolski y Marino, 2006: 175).

Fuertemente determinado por las necesidades de la Seguridad Nacional, el Decreto-Ley tenía rasgos centralistas y restrictivos. Uno de los com-

68 El régimen militar (1976-1983) llevó adelante un plan sistemático de violación de los derechos humanos, que incluyó secuestros, torturas, desapariciones, robo de bienes y apropiación de niños. Grupos defensores de los derechos humanos como Madres de Plaza de Mayo y el Servicio Paz y Justicia, estiman que hubo 30.000 desaparecidos.

69 En *Relaciones Peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios* (2006), G. Postolski y S. Marino desarrollan las medidas de la dictadura en materia de comunicación, y sus vínculos estrechos con la política represiva de Estado.

ponentes vertebradores consistía en la concepción de la radiodifusión como actividad que podía ser ejercida únicamente como acción comercial. Por ejemplo, en el artículo 45, la Ley estipulaba que sólo podían ser titulares de licencias personas individuales o sociedades comerciales, exceptuando a las empresas periodísticas (inciso e.). No se permitía que las organizaciones sin fines de lucro (sindicales, religiosas, cooperativas, entre otras) pudieran ser titulares de canales de televisión o radios. Esta restricción operó hasta el año 2005⁷⁰. Otro componente excluyente tenía que ver con la prohibición para las universidades de contar con señales de radiodifusión, con excepción de las ya instaladas, que a su vez tenían enormes limitaciones en materia de publicidad (Art. 107). Asimismo, el organismo que se creó para regular la radiodifusión en el país, la autoridad de aplicación de la Ley, fue el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), que tenía una conformación claramente autoritaria: estaba integrado por militares, servicios de inteligencia y empresarios. Luego de la restitución de la democracia en 1983, el presidente R. Alfonsín (1983-1989) intervino el organismo, que permaneció en dichas condiciones hasta la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en octubre de 2009.

A diferencia de lo legislado en 1980, la Ley de 2009 apunta a la democratización y universalización de las tecnologías de la información y la comunicación, a través de la incorporación de cláusulas fundamentales, como la desmonopolización de la propiedad de los medios y la redistribución del espacio radioeléctrico. Esto además de otras disposiciones que favorecen los contenidos nacionales, posibilitan abonos sociales para tv por cable y fijan una cuota de pantalla para el cine nacional, entre otras. En este sentido, la Ley constituye una batalla ganada para muchos actores sociales y políticos quienes durante de la vigencia de la Ley de 1980, permanecieron excluidos de la posibilidad de acceder a la producción y circulación masiva de bienes simbólicos.

La nueva Ley, al incluir la redistribución del espacio radioeléctrico, permite a las organizaciones sin fines de lucro participar legalmente en la producción y gestión integral de los medios audiovisuales. En este punto la normativa es clara: el artículo 21 reconoce 3 tipos de prestadores

70 Ese año el Congreso modificó el artículo 45 de la 22.285 a través de la Ley 26.053, a raíz de que la Corte Suprema declaró inconstitucional la prohibición de este artículo. Un examen detallado se encuentra en *Panorama actual jurídico-comunicacional de la radiodifusión en Argentina* (2008), de A. Eliados.

de servicios de radiodifusión: de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro. A estos últimos, que incluye asociaciones, organizaciones, fundaciones, mutuales, etc., en el art. 89 inciso f., se les reserva el 33% de las localizaciones radioeléctricas. Un punto que estaba completamente vedado en el Decreto-Ley 22.285.

Otro aspecto importante que va en contra de las antiguas legislaciones y medidas que funcionaron en el país en materia de medios, y que contradice la idea construida por el diario según la cual la nueva Ley va en la misma dirección que la anterior, tiene que ver con la cláusula de regulación de los monopolios y oligopolios. Normativamente, este punto rompe con las reformas introducidas a la Ley que se habían expresado a su favor en los años previos, principalmente en la década de 1990. En este punto cabe recordar que en Argentina, durante el gobierno de Menem (1989-1999), las privatizaciones y la entrega del patrimonio nacional reconfiguraron el mapa mediático: el alto grado de concentración, el poder casi monopólico de los grupos y la marginación de las organizaciones sin fines de lucro, fueron los principales rasgos. Concretamente, en agosto de 1989, con la sanción de la Ley 23.696 de Reforma del Estado (Art. 65), se flexibilizaron puntos clave del Decreto-Ley de 1980, que hasta ese momento impedían la conformación de multimedios y la propiedad cruzada de los medios de comunicación. Esto permitió que empresas propietarias de medios gráficos accedieran a licencias de canales de televisión abierta. Así se concretó la primera privatización, que ciertamente benefició al multimedios al que pertenece el diario *Clarín*, que adquirió así el Canal 13 (Rodríguez y Marino, 2009).

Esta reconfiguración del mapa mediático argentino a la que hacemos referencia se produjo en un período fuertemente signado por el crecimiento acelerado de la globalización, que marcó un punto de inflexión para las industrias de comunicación incluso a nivel regional. Durante esos años, en el marco de la aplicación de políticas económicas neoliberales -dominadas por los fundamentos del Consenso de Washington-, se desregularizaron las legislaciones sobre comunicación y medios en varios países: los procesos de concentración de la propiedad aumentaron muy rápidamente, y con ellos, las privatizaciones de los medios masivos, y la consolidación de los *trusts* de información y entretenimiento (Becerra y Mastrini, 2006; Albornoz y Hernández, 2006; Rodríguez y Marino, 2009).

En la Argentina de 2009, lo que se observa es el fortalecimiento del estado en la regulación de la actividad de los medios. Y la nueva Ley, desde el punto de vista normativo, intenta combatir aquel escenario de años de flexibilización de las reglas de juego, generando condiciones de posibilidad para que exista un mapa mediático más plural⁷¹. Con este fin, en el artículo 45 inciso b, se fijan topes para la adjudicación de licencias por zona geográfica y se determina que en el ámbito nacional un mismo concesionario no puede disponer de más de 10 licencias de servicios de comunicación audiovisual. El límite estipulado es significativo, si se tiene en cuenta que anteriormente el máximo de licencias permitidas era de 24. Cabe subrayar que este punto de la Ley perjudica directamente intereses económicos del grupo *Clarín*, que hasta el segundo trimestre de 2010, y según vimos en el capítulo anterior cuando analizamos la conformación del multimédios, cuenta con 244 licencias⁷². Esto es en efecto lo que está en disputa. Se trata de un aspecto que muestra de qué manera *Clarín* está implicado en el conflicto que narra.

La Ley amenazante

El modelo interpretativo de prescindencia de la Ley aparece reforzado por un último componente. Se trata de la construcción de una línea de sentido preponderante mediante la cual la Ley queda definida como una amenaza de marcado carácter distópico que plantea un futuro escatológico para los medios y para la sociedad. Según el diario, la ley constituye una suerte de catástrofe, en el sentido de un suceso fatídico, un cambio brusco y negativo que altera gravemente el orden regular de las cosas. Un punto sobre el cual el enunciador no duda. A sus ojos, el curso normal de los eventos equivale a la no regulación del espacio radioeléctrico por parte estado. Coloquialmente hablando sería: “así como estamos, estamos bien”.

71 Las transformaciones aún no son efectivas, sobre todo porque mientras se escribe el presente Capítulo, la Ley se encuentra trabada judicialmente. Lo que se busca señalar es que se advierte la generación de unas condiciones de posibilidad sustancialmente distintas a las que han existido en el país en los últimos 29 años en materia de radio y tv.

72 Este es el número de licencias que el Comité Federal de Radiodifusión (Comfer) identificó en manos del multimédios.

La constelación discursiva que apunta a construir esta imagen se da mediante el empleo de operadores regulares que construyen figuras de tragedia y fatalidad sobre el destino del sistema nacional de medios, la distopía. Un dato significativo es que la mayoría de las fórmulas son empleadas en las operaciones de encuadre del discurso (el *framing* entendido como otorgamiento de atributos).

Cuadro N° 8

	OPERADOR EMPLEADO POR CLARIN, TRANSVERSAL AL CORPUS	FIGURA/ FRAGMENTOS
38	<i>Riesgo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Los riesgos que conlleva el anteproyecto para la supervivencia de las operadoras de cable del interior</i> • <i>Preocupación de los cables más pequeños</i> • <i>Se pondrá en peligro “la autonomía de las provincias” con respecto a la libertad de prensa</i>
39	<i>Arbitrariedad</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>La discrecionalidad a la hora de otorgar y renovar licencias y el impacto negativo en la seguridad jurídica</i>
40	<i>Amenaza</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Viola aspectos constitucionales y desacredita al país en el exterior</i>
41	<i>Impacto</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>La política oficial genera incertidumbres que derivan en graves costos para la sociedad por la pérdida de oportunidades de inversión y de crecimiento</i>

42	<i>Precariedad</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Los medios privados, dinamitados jurídicamente, estarán disponibles</i> • <i>El nuevo mapa de medios bajo el signo de la precariedad</i> • <i>Este proyecto deja a los medios en estado de precariedad absoluta, al no respetar las licencias vigentes, algo que ni siquiera sucedió en Venezuela</i>
43	<i>Hostilidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>La percepción de intranquilidad no es un hecho accidental</i>
44	<i>Terremoto mediático</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Dentro de un año el escenario sería el de un terremoto mediático</i> • <i>Telefé y Canal 13, ambos podrían dejar de existir provocando entonces un derrumbe del sistema tal como existe hoy</i>

(Ver además, en el Cuadro N° 1, la pieza N° 2; en el cuadro N° 5, la pieza N° 16)

Luego, hacia el final del proceso, cuando la Ley debe ser votada en la Cámara de Senadores en el mes de octubre, se refuerza esta figura haciendo especial énfasis en la idea general de la anti institucionalidad y la trampa, que se semantiza de una manera cercana a la mafia y sus códigos. Ahora el clima político, marco de sanción de la Ley, aparece caracterizado como: “La “omertá”⁷³ kirchnerista”; “una senadora cambia su voto sobre la ley de Medios, luego que su gobernador derrotado en las elecciones y enchastado por la muerte de un hombre que manejaba publicidad oficial pactara su impunidad con el Gobierno”; “Clima de tensiones y denuncias”; “la cooptación de la senadora Sánchez explotó con la intensidad de una granada en el radicalismo y en todo el arco opositor”; “un debate que se canjea

73 El significante “omertá” designa el código de honor siciliano que prohíbe informar sobre los delitos que son considerados asuntos que incumben a las personas implicadas. Dicha práctica es muy difundida en casos de delitos graves o en los casos de Mafia donde un testimonio o una de las personas incriminadas prefieren permanecer en silencio por miedo a represalias o bien para proteger a otros culpables. Aquí Clarín lo emplea para caracterizar lo que considera un modo específico de hacer política del kirchnerismo.

por un montón de billetes”; “cualquier complicidad es válida en la óptica del ex presidente”; “el secretario Guillermo Moreno profirió amenazas de carácter mafioso”; “las campañas sucias”; “los panfletos paraoficiales, las intimidaciones de la AFIP, el uso de organismos públicos como herramientas de apriete”.

El empleo de operadores como “clima enrarecido y tenso”, en el que suceden “hechos oscuros”, y “polémicos”, donde hay “votos por prebendas”, “extorsión” de parte del gobierno, en un “clima de denuncias y sospechas”, donde mandan “conductas mafiosas” por parte de un gobierno que tiene “códigos mafiosos”, completan el esquema de la ley amenazante, al tiempo que refuerzan nuestra hipótesis de que en la producción discursiva del diario sobre la Ley lo que se produce es una ruptura de las reglas básicas de los géneros, que lleva al enunciador a configurar una discursividad que se acerca más a la palabra política que a la periodística. En una operación que involucra un desplazamiento del lugar de testigo mediador a la posición de agente que se ve afectado en el juego político.

El estado y el gobierno

En el marco de la discusión de la Ley, la naturaleza del estado nacional y sus vínculos con la libertad de expresión quedan definidos por el diario mediante un modelo interpretativo que hemos denominado modelo restringido de estado. Se trata de una figura que se manifiesta en el conjunto de la producción discursiva de *Clarín* sobre el tema de la Ley y que aparece ya desde los primeros artículos que le dedica al tema en el mes de marzo, luego de que el Ejecutivo presentara el proyecto oficial.

Consiste en un modelo que circunscribe la mirada sobre la libre expresión a una noción clásica, vinculada a la protección de un ámbito de autonomía individual que impone límites a las acciones arbitrarias de los poderes públicos. Esta noción se corresponde con una agenda tradicional en la cual la despenalización de las leyes de calumnias e injurias, las agresiones y presiones a periodistas principalmente por parte del estado, y la censura, aparecen como los temas de mayor interés y preocupación. Precisamente, la censura y el cercenamiento de voces es la figura más recurrente que construye el diario en este período.

El estado aparece como un agente que por definición y de manera natural constituye una amenaza para la actividad de los medios, y estos se instituyen como agentes receptores de los ataques. Se construye así una imagen dicotómica basada en la lógica amigo-enemigo del discurso político en la que los estados, y el estado argentino en este caso, aparecen *per se* como agentes enemigos de los periodistas y la libertad de prensa.

En cambio, existe otra concepción que no aparece en la producción discursiva del diario que tiene que ver con el derecho a la comunicación. Desde este punto de vista, la libertad de expresión, además de proteger el derecho individual de los productores de información, garantiza el derecho de todas las demás personas al acceso a la mayor cantidad y diversidad de informaciones e ideas. Desde esta postura, la libre expresión es una precondition del debate robusto que exige el sistema democrático. A diferencia de la primera noción, esta segunda visión incorpora una mirada sobre las obligaciones positivas del estado para garantizar de manera efectiva el ejercicio de este derecho. Aquí se introducen otras preocupaciones tales como la pluralidad de medios, la diversidad de contenidos, la concentración de la propiedad de los medios, el acceso de diferentes sectores de la sociedad a las infraestructuras, y el impacto de las nuevas tecnologías, entre otros temas.

En la segunda perspectiva, “el estado deja de ser la única amenaza posible para la libertad periodística” (Ruiz, 2007: 15) y se empieza a pensar en su rol positivo para sancionar normativas que exijan y garanticen el derecho efectivo a la libre expresión. Y no sólo el estado deja de ser el único peligro para el ejercicio de la libertad de expresión, en esta concepción, como señala Gómez, “[...] también los propios medios y sus dueños son poderes no estatales que pueden llegar a condicionar la libertad de expresión, así como sus gremios [...]” (2007: 55). Conceptualmente, esta perspectiva ofrece un punto de vista productivo, que permite abandonar el esquema dicotómico que propone el diario al polarizar los medios y la figura estatal en un juego de buenos y malos, para avanzar hacia una visión más amplia que incorpore las relaciones complejas de doble vínculo que se dan entre estos dos agentes y en sus relaciones con otros. Consideremos los siguientes extractos:

Cuadro N° 9

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
45	El País	21/03/2009	<i>Un informe de la SIP advierte que la libertad de prensa en la Argentina transita un sendero sinuoso y exhorta al Gobierno a cesar la escalada de hostigamiento</i>
46	El País	20/03/2009	<i>El texto pretende legitimar el poder discrecional del Gobierno para aceptar o no el otorgamiento de licencias en el espectro audiovisual. Son super poderes mediáticos. El Ejecutivo decidiría el destino de cada licencia. Los gobiernos podrían silenciar o premiar a determinados grupos por su línea editorial</i>
47	Editorial	20/09/2009	<i>Un proyecto que habilita presiones sobre los medios</i>
48	Opinión	20/09/2009	<i>Buena conciencia de izquierda para callar la libre expresión</i>
49	Opinión	20/09/2009	<i>Los que defienden el pluralismo ideológico tienen de qué preocuparse</i>

La construcción simbólica del gobierno nacional

El modelo que propone el diario superpone los conceptos de estado y gobierno, equiparando ambos términos en una ecuación peligrosa en términos conceptuales y en sus implicaciones políticas. Así, la figura del estado que aparece construida en un sentido restringido/mínimo en relación a los medios y a libertades que son fundamentales en un estado democrático, como son las libertades de expresión y de prensa, emerge muy ligada al modelo que construye el diario sobre el gobierno nacional en relación a la Ley. Este modelo se compone de varios atributos que se le otorgan.

- A) El gobierno es un agente todo poderoso: Se imagina un gobierno que busca manejar con discrecionalidad el otorgamiento y renovación de licencias de radiodifusión mediante el manejo de los organismos de

control creados por la nueva Ley, con el objetivo de “silenciar o premiar a determinados grupos por su línea editorial”, esto es, al margen de todas las reglas de juego. Esta figura se sostiene en la imagen de unas intenciones irrefrenables por parte del “matrimonio Kirchner” de acumular poder, quien con este objetivo busca “controlar a los medios” sancionando una Ley que es ilegal e ilegítima. La intervención del gobierno en la elaboración de la Ley queda así definida como una acción que lo coloca en el lugar de una falta. La pregunta que cabe hacer es: ¿Falta de qué? Fundamentalmente de respeto hacia las normas y la institucionalidad del país.

Cuadro N° 10

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO
50	El País	9/10/2009	<i>El proyecto oficial para manejar la producción de papel de diario</i>
51	Tapa	10/10/2009	<i>Kirchner ya tiene la ley de control de medios</i>
52	El País	9/10/2009	<i>Críticas a los “métodos” del matrimonio Kirchner</i>
53	El País	10/10/2009	<i>El Senado aprobó la ley de medios del kirchnerismo</i>
54	Opinión	10/10/2009	<i>Otro paso de los Kirchner en una ofensiva que no encuentra límites</i>
55	El País	9/10/2009	<i>Todo vale para un Gobierno que usa cualquier medio para alcanzar su objetivo</i>
56	Editorial	10/10/2009	<i>En busca de medios sumisos</i>
57	Opinión	11/10/2009	<i>El poder, sin límite ni controles</i>

- B) El gobierno es un agente autoritario y de conflicto: Se imagina un agente que se encuentra alejado del debate y del consenso como elementos que importan en la construcción de la democracia. Dicha dirección discursiva se genera por contraste, vía comparación con la imagen de los líderes de la oposición política y del vicepresidente Julio Cobos, quienes aparecen como agentes portadores de racionalidad, como veremos enseguida. Analicemos los siguientes extractos:

Cuadro N° 11

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
58	El País	17/09/20090	<i>Por orden de Cristina, en el Senado se debatirá sólo en dos comisiones</i>
59	Opinión	17/09/20090	<i>La orden para los senadores K es la misma: sale con fritas. Otra vez con fórceps, sin tocar una coma y sin medir que tendrá su propio y grave defecto de fábrica: una inmensa debilidad jurídica</i>
60	El País	18/09/2009	<i>Macri tildó al Gobierno de “fascista” y presentará su propio proyecto</i>
61	El País	19/09/2009	<i>Felipe Solá, muy duro: “Acá sigue actuando la chequera”</i>
62	El País	9/10/2009	<i>Dubalde: “Hay una forma desembozada de extorsionar”</i>
63	Editorial	11/10/2009	<i>Una política de contradicciones y amenazas</i>

(Ver además, en el cuadro N° 6, la pieza N° 29)

Estos títulos y párrafos, escogidos de los períodos apertura e interludio, dejan ver que la figura del gobierno autoritario y de conflicto se compone a su vez de tres elementos:

1) La idea de que el gobierno buscar “imponer” la Ley en Diputados en lugar de debatirla con los legisladores y con la sociedad. Aquí, como vemos, se emplean citas directas de referentes clave de la oposición política que hablan incluso de “fascismo”. Se enfatiza en la representación de un gobierno que no respeta la libertad de expresión de los medios y que impulsa una Ley para controlar y concentrar el poder, “al estilo de los fascismos europeos”.

Tal representación se espesa aún más con la figura “estatización de las comunicaciones”, que según el diario pretende el gobierno. Aquí se insiste con una idea recurrente en las construcciones discursivas de *Clarín*: que el gobierno concederá y quitará discrecionalmente las fre-

cuencias de radiodifusión según la alineación política de cada medio. En este punto, aparece nuevamente la idea del “carácter confiscatorio” que tendría la ley, donde se introduce además, ya desde el mes de marzo, la asociación con el gobierno venezolano de H. Chávez. Con respecto a Venezuela, opera una construcción simbólica sobre la situación de los periodistas de ese país, quienes son “atacados” por el gobierno. Pues éste, junto a otros gobiernos de la región, “creen que la prensa molesta” (Pieza N° 64 Opinión 18/03/2009).

Dicho aspecto es relevante para el análisis pues *Clarín* asocia de manera recurrente el contexto de sanción de la Ley de medios argentina y la relación gobierno nacional-prensa, con la “Venezuela de Chávez”. Lo que está en disputa desde el punto de vista político es la cuestión regional y la figura del presidente Hugo Chávez como un agente de peligro, un enemigo de las libertades de prensa y de expresión, como un retrato a futuro de lo que sucedería en Argentina, de ser aprobada la Ley. Una suerte de preparación de terreno que efectúa el periódico ya desde la primera etapa de presentación del borrador del proyecto por parte del Ejecutivo, en la que se empieza a perfilar el modelo de estado y de gobierno que construye *Clarín*. Aquí lo que está en disputa es el sentido de los procesos políticos regionales contemporáneos en los que se han vivido transformaciones políticas desde los primeros años del siglo XXI, así como el rol que ha tenido la figura de H. Chávez en ese proceso regional y la sanción de la Ley RESORTE que fue aprobada en Venezuela en 2005, como veremos en el capítulo siguiente.

2) La idea de que la presidenta Fernández “ordena” a sus legisladores que voten a favor de la Ley, en lugar de debatir y consensuar los puntos.

3) La construcción simbólica sobre un gobierno que “negocia” con los legisladores del Partido Socialista para que voten a favor de la Ley, a cambio de “dinero u otros favores políticos”, también en lugar de debatir y consensuar. Lo interesante es que en este mismo movimiento discursivo se genera una operación de supresión de la racionalidad política de aquellos legisladores quienes, aun siendo parte de la oposición política al gobierno, votaron a favor de la Ley, en particular los Diputados

del Partido Socialista. Dichos agentes quedan definidos como sujetos que no deciden su voto frente a argumentos, sino que los “cambian de manera sorpresiva”.

Tal construcción clausura toda posibilidad de que dichos legisladores hayan reflexionado y analizado el proyecto de Ley antes de decidir su voto. Dicha interpretación se vuelve aún más explícita en la nota titulada “Buena conciencia de izquierda para callar la libre expresión” (ver pieza N° 48), firmada por Marcelo Moreno. El periodista los define como “cómplices” cuya posición “no sorprende”, pues históricamente la izquierda no se ha preocupado por la libertad de prensa y ha tenido un doble discurso, que tiene que ver con “denunciar las barbaries de la derecha y callar los asesinatos y fusilamientos de la izquierda”. Finalmente, esta operación de supresión de la racionalidad política se cierra con la identificación ideológica de los agentes.

Retomando la construcción discursiva sobre las fuerzas políticas opositoras al gobierno, estas aparecen concebidas siempre en singular y construidas como un agente homogéneo y portador de aquella racionalidad política de la que carece “el kirchnerismo”. Dicha homogeneidad se instituye toda vez que el diario nombra a las 4 fuerzas políticas del núcleo duro opositor a nivel nacional como “la oposición”, en una operación discursiva similar a la que describiremos más adelante en relación a la construcción del agente “el campo”, durante el conflicto por las retenciones agropecuarias en 2008.

La racionalidad política como atributo fundamental de “la oposición” se configura a partir de las acciones que desarrolla: a) busca generar las instancias de debate que considera no han existido; b) solicita mayor diálogo; c) solicita más tiempo: que el congreso sesione después del 10 de diciembre, luego del recambio de senadores. Por ejemplo, al analizar el titular principal de tapa de la edición del 17 de septiembre, el día posterior a la sanción de la Ley en la Cámara de Diputados, esta táctica discursiva parece clara. A media página, el diario titula: “Diputados votó la ley sin presencia opositora” (ver pieza N° 21). Este título avanza la idea de que el proceso de votación en Diputados fue ilegítimo y estuvo viciado, precisamente porque los legisladores de los 4 bloques opositores no estaban presentes en el recinto al momento de votar. Si se observa, el título subraya

precisamente esto último, la ausencia de presencia opositora, enfatizando que la acción de la oposición es la de un agente pasivo, que se vio obligado a retirarse del recinto porque las condiciones políticas para votar la Ley no estaban dadas. Dicha pasividad de los legisladores es valorada por el enunciador como positiva, aunque estos se hayan retirado del recinto sin votar, negándose a cumplir su mandato legislativo. Una acción que queda absolutamente legitimada por el diario.

La construcción simbólica de Julio Cobos

Una construcción simbólica muy similar a la de “la oposición”. Así es la caracterización general que propone el periódico sobre el vicepresidente de la nación, Julio Cobos, quien se configura como un agente que le solicita al gobierno mayor diálogo y debate. Se trata de un agente que encarna la racionalidad en el seno del gobierno, en una construcción discursiva que es doble: siendo aún parte del gobierno -pues es vicepresidente en funciones-, y en virtud de la enemistad pública que mantiene con el Ejecutivo desde marzo de 2008, el vicepresidente aparece construido como un *outsider* de la discusión política, como un jugador externo a los problemas y polémicas que caracterizan al gobierno.

Es un agente que contempla el clima político crispado que atraviesan las discusiones públicas en el país, pero no participa. Es un jugador que observa las idas y venidas entre el oficialismo y “la oposición”, pero no pertenece a ningún equipo. Y es precisamente desde el lugar de la no pertenencia desde donde Cobos le solicita al gobierno nacional mayor diálogo y la búsqueda de consensos, comportando una aparente imparcialidad. Cobos es quien insta al gobierno a debatir y consensuar la Ley, dentro de un contexto político de “chicanas y sospechas”, que está gobernado por la imprevisibilidad y donde “todo vale”. Concretamente, mediante el documento “Alguien tiene que ceder: La hora de un gran consenso”, este agente hace un llamado a un “Gran Consenso Nacional”.

De manera general, el vicepresidente queda definido como el portador del apego a la institucionalidad y racionalidad de las que carece el gobierno, en la medida que se lo construye como un agente neutro e imparcial. Además, en concordancia con la caracterización de personajes políticos como el ex presidente Duhalde, por ejemplo, Cobos ejerce la

política construyendo un proyecto de largo plazo. No basa sus acciones en coyunturas tales como las elecciones presidenciales de 2011, a diferencia del gobierno que sólo actúa para favorecer intereses corporativos. Los siguientes títulos ilustran lo que acabamos de exponer.

Cuadro N° 12

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO
65	Tapa	18/09/2009	<i>Cobos insiste en ampliar el debate de la ley de medios</i>
66	El País	18/09/2009	<i>Ley de medios: Cobos pidió que vaya a cinco comisiones del Senado</i>
67	Editorial	19/09/2009	<i>La responsabilidad del vicepresidente</i>
68	El País	19/09/2009	<i>Cobos lanzó su plan porque percibe un “clima crispado”</i>
69	El País	19/09/2009	<i>El vicepresidente no es de palo, la historia lo prueba</i>

C) El gobierno es un agente de contradicciones entre ser y parecer:

El gobierno queda definido como un agente cuyas argumentaciones contradicen sus maniobras políticas, fundamentalmente con respecto a las políticas de medios y los vínculos con los grupos mediáticos del país. Consideremos el siguiente párrafo:

A contramano de lo que había legislado el Congreso en 2005 en la última modificación de la ley actual. Ahora, prestadoras de gas, agua, electricidad y telefonía podrían dar televisión, aprovechando su envergadura económica y los subsidios cruzados para deprender el mercado. En el caso de las telefónicas, esto además violaría expresamente el pliego de licitación de ENTEL y el precio pagado por ella, como explica el especialista Henoah Aguiar. En otras palabras, en vez de desalentar la concentración y los monopolios que tanto dicen preocupar, se incentivan los mismos en manos de las grandes operadoras de servicios públicos (Pieza N° 70. El País 20/03/2009).

Sin decirlo, el párrafo alude a una serie de eventos que tienen que ver con los vínculos que han mantenido los grupos mediáticos del país y los distintos gobiernos a lo largo de la historia política reciente y que encierran una enorme densidad. Se trata de un punto que conviene analizar pues aparece como parte de las condiciones de producción de la discursividad que nos ocupa. Veamos.

En primer término, la legislación a la que se hace referencia remite a la modificación, en agosto de 2005, de la Ley de Radiodifusión 22.285 por parte del Congreso Nacional. Previamente, en septiembre de 2003, una decisión judicial había modificado las reglas de juego para el funcionamiento de los medios, cuando la Corte Suprema de Justicia declaró inconstitucional el primer párrafo del art. 45 de la Ley que impedía la titularidad de licencias a las asociaciones civiles y excluía a personas jurídicas no comerciales de la participación en la comunicación. Así fue cómo en 2005, el Senado subsanó dicha inconstitucionalidad, permitiendo ahora sí a las asociaciones sin fines de lucro prestar servicios de radiodifusión. Dicho reparo transcurrió durante la gestión de N. Kirchner.

Lo relevante es que si bien la rectificación fue significativa, el nuevo articulado excluyó a las cooperativas que prestan servicios públicos de la posibilidad de acceder a licencias de radiodifusión, “cuando por capacidad económica, por su dimensión y por el tipo de servicios que brindan, son las únicas que se podrían constituir en competencia para los dos grandes grupos empresarios que dominan el mercado de las ‘industrias informacionales’ en el país (Becerra y Mastrini, 2009: 70). Nos referimos a los grupos *Clarín* y *Telefónica*. De este modo, en 2005 se abrió una puerta fundamental que generó condiciones de posibilidad para diversificar el acceso a los medios, al tiempo que se cerraron otras posibilidades igual de importantes, que habrían pateado el tablero mediático del país, favoreciendo la competencia.

Este dato fundamental que *Clarín* oculta está en íntima relación con el contexto político del año 2005 y con los vínculos que el gobierno nacional mantuvo con los medios de comunicación, y en particular con el grupo *Clarín*, en el período presidencial de N. Kirchner (2003-2007). Precisamente durante su gestión es posible identificar un punto de inflexión en la historia de las Políticas de Comunicación en el país. Kirchner

llegó a la presidencia como un gobierno post crisis, construyendo una discursividad muy crítica del modelo económico neoliberal. Pese a ello, durante su gobierno, “no marcó rupturas con los sectores de poder que aumentaron sus ganancias durante la década del ‘90” (Borón, 2006: 89). Las Políticas de Medios de esos años no fueron la excepción: además de la falta de voluntad política efectiva para reemplazar el Decreto-Ley de 1980, el reordenamiento legal en materia de comunicación que llevó adelante favoreció a los medios privados, beneficiándolos con la sanción de medidas legislativas y decretos de necesidad y urgencia. Asimismo, se propició el aumento de la concentración de la propiedad de medios y el incremento de la participación del capital extranjero en las industrias culturales nacionales, además del sostenimiento de las exclusiones históricas del acceso a los medios. Todo esto, a espaldas de la ciudadanía y del amplio espectro de la sociedad civil, que desde la vuelta a la democracia ha venido batallando para democratizar la comunicación en el país (Lozano, 2006; Mastrini y Marino, 2008).

Cabe señalar que, además de la prohibición a las cooperativas de servicios públicos que hemos señalado, la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales, de junio de 2003, permitió que empresas extranjeras adquirieran hasta un 30% de las acciones de empresas de medios, lo cual estaba prohibido hasta entonces (Mastrini y Marino, 2008). No menos significativo fue el decreto de necesidad y urgencia N° 527 del mismo año, mediante el cual el Ejecutivo determinó la suspensión del cómputo del plazo de licencias de radiodifusión por 10 años. La medida implicó la renovación inmediata de la concesión de todos los medios privados que tuvieran permisos en ese momento. Sin pasar por el Congreso, y sin que mediara un debate público, este punto benefició claramente los intereses de las empresas periodísticas, entre ellas al multimedio *Clarín*. Como explican Mastrini y Marino:

[...] el gobierno cedió a la presión de las corporaciones de medios sin siquiera obtener nada a cambio. En realidad sólo obtuvo el realineamiento editorial de algunos canales de tv [...] se ignoraron los plazos y se benefició directamente a los propietarios de los multimédios (2008: 11).

El último revés en contra de la democratización de las comunicaciones durante la gestión de Kirchner se produjo en 2006, cuando se aprobó la fusión de Multicanal y Cablevisión. A través de esta acción del mercado, el grupo *Clarín*, dueño de Multicanal desde 1992, adquirió el 25% de las acciones de Cablevisión, el mayor operador de TV por cable y banda ancha del país y principal competidor de Multicanal⁷⁴. El trámite de fusión de las empresas comenzó en octubre de 2006, tras el anuncio de la conformación del “primer sistema regional de video y banda ancha”, integrado por Cablevisión, Multicanal, Teledigital y Prima. Los accionistas de dicho sistema son: el Grupo *Clarín*, con un 60% de las acciones, y Fintech Advisory, fondo de los Estados Unidos, con el 40% restante⁷⁵.

Un dato clave es que justamente la televisión paga -que agrupa también el negocio de internet de banda ancha, ofrecido a través de FiberTel y Flash- es la que mayores ingresos le reporta actualmente al grupo *Clarín*: concentra el 55% de las ventas totales, relegando a los medios gráficos, TV y radio, a un segundo y tercer lugar (Posse, 2009). Es decir, no caben dudas de que esta medida fortaleció la posición dominante del grupo *Clarín* en la configuración del mapa mediático del país, como el conglomerado de medios más grande de Argentina y uno de los grupos de comunicación más poderosos de Latinoamérica. Sobre la fusión de las operadoras de tv, la diputada nacional del Movimiento Libres del Sur, Cecilia Merchán, que trabajó conjuntamente con la *Coalición*, señala:

Para nosotros, la fusión de Cablevisión y Multicanal estuvo totalmente en contra de la defensa de la competencia. Fue producto de acuerdos a los que arribó este gobierno. También cuestionamos con claridad la prórroga de las licencias a los medios, que concedió el gobierno de Kirchner antes de que se retirara. Cada vez que pasaban estas cosas, nos daba la sensación de que retrocedíamos en las posibilidades de estar discutiendo un nuevo proyecto de Ley (E3, 2010).

74 Cablevisión es el mayor operador de TV por cable del país, con 1.3000.000 abonados y 175.000 clientes de FiberTel, la marca con la que presta servicios de Internet. Está presente en 120 ciudades y tiene 3.400 empleados. Fuente: <http://www.clarin.com/diario/2005/08/13/elpais/p-03501.htm>, del 13 de agosto de 2005.

75 Fuente: Confirman la adquisición de Multicanal por Cablevisión. 8 de diciembre de 2007. En <http://www.clarin.com/diario/2007/12/08/elpais/p-03601.htm>

Retomemos aquí nuestro punto c), la figura del gobierno como agente de contradicciones y dobles discursos que borra con el codo lo que 5 años antes escribió con la mano en materia de medios. Lo que se oculta mediante esta construcción es el recorrido fluctuante y paradójico de los vínculos que el propio grupo mediático *Clarín* y el kirchnerismo han mantenido durante los años previos al contexto político de 2008-2010. En este caso, las ausencias dicen tanto como las presencias, o como diría Barthes “[...] en un sistema, toda carencia de elementos es en sí misma significativa” (Barthes, 2002: 175).

Made in Argentina: La disputa por la producción nacional de papel en 2009

En el período de cierre, el mismo día que se discute la Ley en la Cámara de Senadores, emerge en la producción discursiva del diario la problemática de la papelería Papel Prensa S.A, cuyos antecedentes históricos, que incluyen la participación del grupo *Clarín* como accionista mayoritario, fueron descritos en el Capítulo II.

El periódico aborda el tópico haciendo especial énfasis en las “injerencias ilegítimas” que sufre el multimedios *Clarín* -junto con su socio el diario *La Nación*- por parte del gobierno, quien “busca expropiar la empresa” para “controlar la producción de papel de diario en el país”. La información publicada se sustenta en gran medida en trascendidos y en fuentes cuya referencia constituye una “denominación imprecisa” (Charaudeau, 2003: 169), pues el enunciador alude a una fuente anónima, reserva la identidad, evitando determinar el origen de la información: “un funcionario”, “admitían en un despacho oficial”, “ayer funcionarios de la Casa Rosada”.

Es decir, sabiendo que se trata de un tópico controvertible en el cual el diario se encuentra directamente implicado, no hay un esfuerzo por transparentar las fuentes de información que se consultan. Por el contrario, su tratamiento es opaco. Aquí el diario compromete su credibilidad y el efecto de verdad de las noticias, al generar un efecto de sospecha. Como apunta Charaudeau:

¿Qué quiere decir “según fuentes bien informadas”? ¿Cómo comprobar la validez de esta información? ¿Qué significa esta demanda de confianza solicitada al receptor de la información y, por lo demás, quién aceptaría, fuera de los medios, una información presentada de esta manera? (2003: 170).

Tal caracterización que propone el enunciador de las intenciones expropiadoras del gobierno sobre la papelera, refuerza la figura del carácter “confiscatorio” de las políticas de medios audiovisuales que, a los ojos del diario, impulsa el gobierno. Dentro de dicha argumentación, lo que previamente se describía como intenciones de controlar a estos medios a través de la sanción de una Ley “inconstitucional”, se convierte ahora en el control total y definitivo de todos los medios de comunicación del país, mediante la férrea vigilancia gubernamental de la producción nacional de papel. Una intervención que se efectúa por razón de “amenazas y aprietes”, al estilo “[...] del almirante Emilio Massera quien logró intervenir la empresa durante la dictadura”.

Lo que el enunciador no cuenta convenientemente son las circunstancias irregulares en las cuales adquirió las acciones mayoritarias de la empresa, y que fueron ampliamente constatadas por numerosos investigadores (Ramos, 1993; Gasparini, 2007; Llonto, 2003; Borrelli, 2008). Considérense los siguientes ejemplos:

Cuadro N° 13⁷⁶

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
71	El País	9/10/2009	<i>Silencio del Gobierno frente al apriete de Moreno a Papel Prensa</i>
''	El País	9/10/2009	<i>El Grupo Clarín denunció que es “objeto de injerencias ilegítimas” por parte de funcionarios que, “además de constituir delito, vienen a poner en grave riesgo la garantía constitucional de la libertad de prensa”</i>
72	El País	9/10/2009	<i>El proyecto oficial para manejar la producción de papel de diario</i>

76 La numeración que se repite indica que los ejemplos citados corresponden a la misma pieza.

73	Editorial	9/10/2009	<i>Nueva ofensiva oficial contra la libertad de prensa</i>
''	Editorial	9/10/2009	<i>El avance del Gobierno para controlar Papel Prensa es parte de su hostilidad a la prensa independiente. El secretario Guillermo Moreno profirió amenazas de carácter mafioso. La perspectiva de que un Gobierno que apela a estos métodos pueda controlar la distribución del papel de diarios es un peligro para la libertad de prensa. Mucho más, si también logra imponer una ley de medios que le otorga armas de coacción contra los medios</i>

(Ver además, en el Cuadro N° 10, la pieza N° 50)

Si se compara con *Página/12*, donde el tema de Papel Prensa emerge en la producción del diario en septiembre (período de interludio), es posible advertir que en *Clarín* esta aparición es ‘tardía’ en tanto aparece, como dijimos, en el mes de octubre (período de cierre). Esto se explica en parte atendiendo a las condiciones de producción de estas piezas, entre las cuales juega visiblemente la disputa que mantuvieron en torno a la papelera el gobierno y los accionistas privados, en el período 2009-2010.

La controversia se desató justamente cuando la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual estaba pronta a votarse en la Cámara de Senadores, constituyéndose en una batalla más de la creciente guerra pública entre el gobierno y *Clarín*. En ese momento, el gobierno colocó en el foco de la discusión pública la legalidad y legitimidad de la compra de acciones de la empresa y los vínculos que el multimedio mantuvo con el último régimen militar.

Según el gobierno nacional, la empresa atraviesa un estado contable y jurídico “precario”, y bajo dicho argumento dispuso, en noviembre de 2009, alegando estar facultado por la Ley 24.156 para representar al estado, una inspección a la empresa arguyendo que buscaba información jurídica y contable. Luego, la crispación se agudizó aún más a fines de 2009, cuando el consejero titular de vigilancia de Papel Prensa (que representa al estado), un ex empleado de Multicanal (la primera empresa de cable de *Clarín*), denunció frente a escribano público que el secretario de Comercio Interior, G. Moreno, había manifestado: “Que era su

intención [la de Moreno] que el estado sea el que compre las acciones de Papel Prensa a los privados (...) que había que encontrar el modo de hacer bajar el precio de sus acciones o sino el Estado iba a tener que expropiar la sociedad”⁷⁷.

Hay que decir que Moreno es un funcionario cuya transparencia para manejar los asuntos públicos y sus modos de relacionarse con sus antagonistas políticos han sido fuertemente cuestionados, no sólo por los medios de comunicación que se oponen al gobierno y por los grupos de oposición política al kirchnerismo, sino también por una parte importante de la ciudadanía. Entonces, frente a esta grave acusación, la disputa que describimos se profundizó aún más.

La situación tuvo uno de sus corolarios en enero de 2010, cuando el Ministro de Economía y Finanzas Públicas, A. Boudou, dispuso la igualdad de precios para todos los compradores de papel de diario de Papel Prensa S.A.⁷⁸. La medida lesionó los intereses económicos del grupo *Clarín* que, como se explicó en el Capítulo II, durante mucho tiempo ofreció el producto a un costo diferencial a los diarios que no tuvieran vínculos con los accionistas privados, creando una ventaja competitiva cuya rentabilidad variaba según las fluctuaciones del precio internacional del papel. Una política ciertamente discriminatoria y contraria a la libre competencia y las libertades de prensa y expresión, que dice defender el diario.

La disputa llegó a su punto más álgido el 24 de agosto de 2010, al momento en que se escribe esta investigación. El gobierno nacional dio a conocer a la justicia el informe “Papel Prensa, la verdad”, para que ésta investigue la legalidad de la compra de acciones de la empresa por parte de los diarios *Clarín*, *La Nación* y *La Razón*, efectuada durante la última dictadura militar⁷⁹. Esta situación de crispación se sumó a la disposición de la Secretaria-

77 Fuente: Perfil. Papel Prensa. Opinión. 10/10/2009. En: <http://www.diarioperfil.com.ar/ed-imp/0407/articulo.php?art=17352&ed=0407>.

78 Fuente: Resolución 1/2010 de la Secretaría de Comercio Interior sobre el Precio del papel de diario, 7 de enero de 2010.

79 El 21 de setiembre de 2010 el gobierno nacional presentó una denuncia ante el juez federal de La Plata, A. Corazza, solicitando que la “apropiación ilegal” de la proveedora de papel se interprete en el marco de los crímenes de lesa humanidad de la última dictadura, que tuvieron a la familia Graiver y personas de su entorno como víctimas. El documento fue presentado por el secretario de Derechos Humanos, E. Duhalde, quien reclama la indagatoria del dictador Jorge Rafael Videla, del ex almirante Emilio Massera, del ex ministro de Economía José Alfredo Martínez de Hoz y del ex secretario de

ría de Comunicaciones de declarar la caducidad de la licencia del prestador de servicio de internet banda ancha Fibertel, operador del grupo Clarín⁸⁰. Lo interesante para el análisis es que el día previo a la presentación del informe por parte del gobierno, el 24 de agosto, en forma inédita, Clarín y La Nación editan en la columna externa de sus respectivas tapas el mismo editorial, “Una historia inventada para quedarse con Papel Prensa” (Pieza N° 74). En ella rechazan categóricamente la versión oficial sobre la adquisición ilegal de acciones de la empresa y denuncian conjuntamente un plan del gobierno para “apoderarse de la compañía y controlar el papel para diarios”.

Un dato medular que ayuda a comprender la dimensión política que encierra la trama son los números de consumo de papel de diario en Argentina al momento en que se escribe este trabajo. En el país se consumen 260.000 toneladas de papel para diario por año, de las cuales 170.000 son aportadas por Papel Prensa. La materia prima restante se obtiene de Papelera Tucumán y de la importación de varios países, entre ellos Chile, Finlandia, Canadá y Estados Unidos. Ahora bien, de las 170.000 toneladas que fabrica Papel Prensa anualmente, 100.000 toneladas son utilizadas por *Clarín* y 40.000 toneladas son consumidas por *La Nación*. Las restantes 30.000 se venden a más de 130 diarios de todo el país⁸¹. De modo que el problema que se plantea aquí es el siguiente: ¿Tienen efectivamente todos los periódicos las mismas posibilidades de acceder a la materia prima para elaborar su producción informativa cotidianamente? y ¿Quién determina las reglas de juego de la libertad de prensa en Argentina?

Cabe señalar que la disputa en torno a este insumo fundamental es de larga data en el país y encierra enormes implicaciones políticas pues,

Desarrollo industrial Raymundo Podestá, a quienes acusa de asociación ilícita, extorsión, privación ilegal de la libertad, tormentos y muerte a causa de las torturas en el caso de Jorge Rubinstein (abogado, mano derecha de David Graiver). Y como participantes necesarios pide que sean interrogados los directivos de los diarios y de la firma que conformaron para el traspaso (Papel): Ernestina Herrera de Noble, Héctor Magnosto, Bartolomé Mitre y los Peralta Ramos.

80 La disposición se realizó mediante la Resolución 100/2010 de la Secretaría de Comunicaciones y se publicó en el Boletín Oficial el 20 de agosto de 2010. La medida involucra 1 millón de clientes que deben migrar de proveedor. Según el artículo 3, se dispone un plazo de 90 días “para implementar las medidas necesarias a los fines de migrar los servicios que se estuvieran prestando a través de las licencias, cuya declaración de caducidad se ha dispuesto por el Artículo 1° de la presente resolución”.

81 Fuente: Informe de investigación programa televisivo Bajada de Línea, dirigido por Víctor H. Morales. Emisión agosto 2010. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=rEnLH9610jk&feature=related>

como dijimos, tiene que ver directamente con la libertad de prensa. Recordemos que desde su constitución en 1977 Papel Prensa S.A ocupa un lugar estratégico en el mercado nacional del papel, que hasta ese momento no contaba con una fábrica nacional⁸². Anteriormente “el consumo se hacía únicamente a través de la importación y el estado, ya desde la década del ’50, se encargaba de fijar las cuotas de compra de papel a cada diario” (Lanata, 2008: 5). La situación históricamente ha permitido sucesivos manejos políticos en torno a este insumo fundamental mediante imposiciones tributarias discrecionales y desabastecimientos. Por ejemplo, es conocida la disputa que mantuvo Juan Domingo Perón durante su primera presidencia (1946-1952) con el diario opositor *La Prensa* en torno al papel. El Ejecutivo, apelando al organismo centralizador de importaciones -IAPI-, logró presionar políticamente al diario a través del desabastecimiento. Como resultado, el periódico lograba aparecer apenas con 4 páginas diarias.

Sintetizando, la construcción discursiva de *Clarín* sobre la cuestión de Papel Prensa constituye una representación fuertemente anclada en el antagonismo inaudito que mantienen el multimédios y el gobierno nacional, pero es una discusión que en sus páginas aparece absolutamente deshistorizada y descontextualizada. Mediante esta operación sistemática en este punto ya no sólo se borra el itinerario de trabajo de la sociedad civil para llegar a la propuesta de Ley, lo que de por sí ya implica una simplificación enorme de la contienda política argentina contemporánea. Hay algo más. Se niega la trayectoria del medio como agente que mantuvo vínculos estrechos con la última dictadura militar argentina. Aquí es la propia historia la que se niega. En este punto, las ausencias dicen incluso mucho más que las presencias.

Los vínculos del multimédios Clarín y el gobierno de Cristina Fernández en el período 2008-2010

Llegados a este punto, cabe introducir una cuestión que está en el corazón de las condiciones de producción de las piezas que nos ocupan. Se

82 “El primer paso para su concreción lo dio el gobierno de facto del general Onganía al decretar en 1969 la creación del ‘Fondo para el desarrollo de la producción de papel prensa y celulosa’. Con ese fin, dispuso que desde el 1° de agosto de 1970 toda importación de papel abonara un recargo del 10%, que se recaudaría hasta la conformación de la planta. El 10% fue pagado por todos los diarios del país, ya que el mayor porcentaje de papel prensa era importado. Se iniciaba así un camino plagado de irregularidades y prerrogativas ofrecidas por el Estado a ciertos intereses privados” (Borrelli, 2008: 3).

trata del contexto político y social del país en el período 2008-2010 y los vínculos que han mantenido *Clarín* y el gobierno nacional desde 2008 en adelante. Efectivamente durante la gestión de Fernández se produjo una modificación sustancial en las relaciones del gobierno con el multimedio *Clarín*: los acuerdos políticos y las prerrogativas para favorecer intereses empresariales de los años previos que hemos señalado, transitaron hacia enfrentamientos públicos continuos y cada vez más virulentos.

La pregunta que cabe hacer en este punto es: si la gestión de Fernández se presentaba en muchos aspectos como la continuidad política del gobierno de Kirchner, entonces: ¿Por qué cambiaron los vínculos del grupo *Clarín* y el gobierno nacional? ¿Qué cambió realmente de una gestión a otra que hizo que se enemistaran públicamente? La hipótesis es que la decisión del Ejecutivo de incrementar las retenciones a las exportaciones agropecuarias⁸³, a los tres meses de haber asumido el gobierno, constituyó el punto de quiebre y la ruptura definitiva de estos vínculos y el antecedente político más importante que perfiló a futuro el contexto de discusión y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

En marzo de 2008, mediante resolución presidencial, el Ejecutivo dispuso nuevas modalidades de retenciones a las exportaciones de la soja, el girasol, el maíz y el trigo, y los productos derivados que se obtienen de ellos. Los cambios aumentaron en 9,1 puntos el derecho de exportación hasta ahora vigente para la soja -pasó del 35% al 44,1% en promedio-; en 7,1 puntos el del girasol -lo llevó a 39,1% promedio-; y redujo en 0,8 puntos el derecho correspondiente al maíz; y 0,9% el de trigo -antes en 25 y 28 por ciento de retenciones-⁸⁴.

El agro en Argentina es uno de los sectores económicos más poderosos. La medida fue leída por las principales entidades patronales del sector, que representan a un grupo específico, como una injerencia “con-

83 C. Fernández asumió la presidencia el 10 de diciembre de 2007. Tres meses después, en marzo de 2008, dispuso mediante la resolución presidencial 125, un incremento en las retenciones a las exportaciones de: soja, girasol, maíz y trigo. El 11 de Marzo de 2008 representantes de las patronales agroexportadoras iniciaron un ciclo de protestas que duró cuatros meses y que incluyó cortes de ruta, tractorazos, cacerolazos, marchas y escraches contra funcionarios nacionales y provinciales.

84 Fuentes: Página/12. Una intervención para prevenir la inflación. 12 de marzo de 2008. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index-2008-03-12.html>; y declaraciones del Ministro de Economía, Martín Lousteau.

fiscatoria” por parte del estado. En consecuencia, este sector se movilizó en las rutas argentinas llevando adelante cortes de ruta, tractorazos, cacero-lazos, marchas y escraches⁸⁵ contra funcionarios nacionales y provinciales.

La irrupción de este actor no tradicional en el espacio público ha generado gran impacto en el ámbito social y político nacional, inaugurando al mismo tiempo un nuevo punto de inflexión en la periodización de la protesta pública en el país. Se trató de un *lock out* patronal, que resultó ser el más prolongado que conoció el país: los cortes de rutas nacionales sostenidos sin interrupción durante largo tiempo impidieron la circulación de personas y alimentos en gran parte del territorio, generando desabastecimientos. La confrontación se dirimió en julio en el Congreso Nacional, cuando el vicepresidente de la República J. Cobos votó en contra de la medida permitiendo su derogación. Este hecho precipitó una crisis política e institucional hacia el interior del gobierno, cuyo análisis excede el espacio de este trabajo.

Mediáticamente, el conflicto se construyó como un “acontecimiento” (Verón, 1983). Siguiendo a Verón, diremos que se trató de la construcción simbólica de un macro evento político, al cual los diferentes públicos “asistieron” exclusivamente mediante el dispositivo mediático. En sus palabras:

Los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer de inmediato por los medios con mayor o menor fidelidad. Sólo existen en la medida en que esos medios los elaboran [...] Al desbordar la multiplicidad de los modos de construcción, la eficacia de las invariables del discurso termina por producir una unificación imaginaria y valiéndose del poder de su designación, el acontecimiento se impone en la intersubjetividad de los agentes sociales (1983: II).

85 Desde mediados de los '90, la agrupación H.I.J.●S (Hijos por la Identidad y la Justicia contra el Olvido y el Silencio), que nuclea desde hace más de diez años a hijos de desaparecidos, asesinados, presos políticos y exiliados durante la dictadura militar de 1976, ha implementado esta modalidad de protesta, como instrumento para visibilizar públicamente a los responsables de la represión de Estado. Lo llamativo es la reutilización y resignificación que hicieron los ruralistas en las protestas de 2008. Para profundizar en esta modalidad de protesta, ver ¿Cuál es el legado del movimiento de derechos humanos? El problema de la impunidad y los reclamos de justicia en los noventa (2005), de Sebastián Pereyra, en *Tomar la Palabra*.

Pero además, la cobertura del conflicto constituyó un “media-hype” (“hiper acontecimiento”) (Vasterman, 2005), en el sentido planteado por Peter Vasterman:

El *hiper acontecimiento* es una construcción mediática desencadenada por un evento clave y ampliada mediante un proceso de auto reforzamiento al interior del proceso de producción informativa. Se basa en la generación de un único marco de sentido sobre el tema, que luego es reforzado una y otra vez con olas de noticias consonantes, de temas relacionados⁸⁶ (2005: 9-11).

El “hiper acontecimiento” nació con la cobertura de un evento principal, “con flujos informativos sostenidos mediante olas de noticias convergentes con el tema, y un fuerte aumento de noticias temáticamente relacionadas” (Vasterman, 2005: 10).

En este sentido, resulta sugestivo que durante las primeras semanas de disidencias y desencuentros, la interlocución entre los representantes del sector que protestaba y el gobierno nacional no existió por fuera de la “arena mediática” (Gosselin, 1998), que ofreció un cubrimiento permanente y exhaustivo durante los 4 meses de duración. Un flujo informativo extendido con momentos claros de sobreinformación.

Por ejemplo, uno de los momentos más álgidos en el cual la confrontación entre los agentes se vio exacerbada fue la celebración de la fecha patria del 25 de mayo. En una suerte de combate político decisivo, ambos decidieron celebrar la revolución de 1810 por separado. El gobierno nacional en la provincia de Salta; los ruralistas en la provincia de Santa Fe. Uno y otro desplegaron simultáneamente toda su estructura y capacidad de gestión, para competir por algo que en otro lugar caracterizamos como “la disputa por la verdadera argentinidad” (Orlando, 2010): tanto el gobierno como los dirigentes agropecuarios -estos últimos apoyados fuertemente por los principales sectores políticos de oposición que buscaban capitalizar políticamente las protestas-, intentaron generar una identificación directa entre sus intereses y los “auténticos” valores de la patria.

Las herramientas centrales de construcción de este “media-hype” (Vasterman, 2005) fueron la prensa y la televisión, que hicieron un cubri-

miento minuto a minuto. Específicamente, los medios del grupo *Clarín* fueron dispositivos relevantes en la configuración de la disputa simbólica del acontecimiento, ya que a través de su red mediática mantuvieron el tema al tope de la agenda informativa, generando numerosos productos en torno al tema (columnas de opinión, editoriales, entrevistas, especiales, artículos de fondo, encuestas).

Vale destacar que a partir de los eventos de 2008 se produjo un quiebre del pacto que había operado en los años previos entre el grupo *Clarín* y el ejecutivo, lo que derivó en enfrentamientos públicos progresivos, que se mantienen hasta el tercer trimestre de 2010. Entonces: ¿Por qué se produjo esta ruptura? La respuesta obviamente no es ni una sola ni unívoca. Lo que sí parece claro es que el grupo mediático mantiene vínculos estrechos con una parte del sector agropecuario que vio afectados sus intereses económicos con la resolución presidencial de marzo de 2008. Por ejemplo, el multimedio es dueño del 25% de Canal Rural y es el organizador, junto con el diario *La Nación*, de Expoagro, la principal feria agroindustrial que se efectúa una vez por año en el país y en la que se realizan negocios por 300 millones de dólares (Verbitsky, 2009).

Entonces, la ruptura del contrato entre el gobierno y el multimedio y el posicionamiento tan marcado del diario frente al tema de las retenciones agropecuarias es especialmente importante pues forma parte de las condiciones de producción de los discursos del periódico sobre la Ley. Es plausible pensar que como corolario de la fractura de este contrato, el diario se ha posicionado -en clara consonancia con otros medios del grupo como el canal de noticias TN- de forma categórica frente al tema. Para intentar desenredar la complejidad del asunto, a continuación se aborda sintéticamente la construcción discursiva de *Clarín* sobre el tópico en 2008, teniendo muy presente que estos eventos marcaron el terreno y generaron las condiciones de aparición de la producción discursiva del diario sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009.

Ante todo señalemos que, como parte de la construcción del acontecimiento, el diario *Clarín* fabricó simbólicamente los episodios de 2008 como un mero enfrentamiento entre el gobierno y el campo. Esta es la fijación de sentidos predominante, construyendo así una narrativa fragmentada -con ausencias relativas de las implicaciones históricas del conflicto, la confi-

guración real de los agentes que protestaron, las ganancias anuales de quienes cortaron las rutas, etc.-. Con esta categoría intentamos aludir a la generación de un macro relato al que le faltan piezas centrales y mediante el cual el periódico no solo lee los eventos desde un lugar pleno de carga axiológica, sino que omite de su relato hechos claves relacionados con la coyuntura.

La idea de narrativa fragmentada parte de la consideración de los productos mediáticos como discursos que no son estructuralmente homogéneos, y que por tanto nunca constituyen relatos completos. Por consiguiente, el sentido general de la categoría se aleja de las interpretaciones sobre las intenciones deliberadas del enunciador de manipular la información, o bien de las teorías de los efectos unilaterales de los medios, que comportan determinismo tecnológico y una autonomización de estos de la trama social en la que se insertan, dos aspectos que impugnamos.

Tal narrativa se basa en una economía discursiva fuertemente sustentada en el operador “el campo”, concebido en singular. El empleo persistente de este significante -si se observan las tapas del matutino entre el 12 de marzo y el 17 de julio, campo es el operador que más aparece- produjo un efecto de oclusión de varias cuestiones.

Por una parte, se oculta sistemáticamente la heterogeneidad de actores que hacen parte del sector agrario en Argentina, al tiempo que se visibiliza una supuesta homogeneidad del grupo. Esto último aparece con fuerza cuando se analizan las fuentes de información más consultadas por el diario. Son los dirigentes de las patronales agropecuarias quienes aparecen con mayor frecuencia, por ejemplo, Llambías, presidente de Confederaciones Rurales y Buzzi, dirigente Federación Agraria.

En cambio, para obtener un panorama exhaustivo del conflicto y con miras a deconstruir esta economía discursiva, es clave examinar la configuración efectiva de los agentes que protestaron: quiénes son los dueños de la tierra, quiénes la trabajan, quiénes obtienen ganancias de los recursos, cuáles han sido las ganancias en los últimos años, quiénes son los dirigentes que encabezaron los reclamos, qué intereses defienden, a quiénes representan, para luego contrastar dichos agentes, que, *grosso modo*, son los productores agropecuarios que en los últimos años han aumentado sus ganancias de una manera exponencial, con la construcción que realizó el diario sobre estos mismos sujetos.

Muy ligado a lo anterior, lo que se oculta también es la discusión en torno a los datos de los reclamos, que bien estudiados quizás no permitirían justificar tan categóricamente las demandas planteadas⁸⁷. En su lugar, se emplearon argumentos fundados principalmente en símbolos e imágenes. El “modelo interpretativo dominante” (Vasilachis de Gialdino, 1997) equipara ruralistas=la patria, la nación, el progreso; o bien el campo= verdadera argentinidad, argentinidad legítima, tomando como base la “unidad del sector”, concebido en singular. Es decir, se desvió la discusión del sustrato racional hacia uno de tipo simbólico. Esto explicaría parcialmente, por qué una buena parte de la clase media argentina se mostró a favor de los reclamos del sector: los climas de opinión dominantes que propuso el diario no surgieron de la interpretación de los datos, sino de su ocultamiento.

Por último, las construcciones discursivas de *Clarín* que insisten en el uso del operador “el campo”, ocultan las implicaciones históricas del conflicto que tienen que ver con una disputa de carácter amplio, vinculada a la distribución del ingreso, en un país donde la cuestión de la distribución de la tierra, la renta agraria y el lugar que ocupa el campo en el proyecto de país constituyen una deuda pendiente. En Argentina existe una discusión irresuelta sobre cuál debe ser el proyecto de país y qué sectores se deben priorizar económicamente. La cuestión de la democratización de la tierra, en un país que emergió en el Siglo XIX por su desarrollo agroexportador, es clave. Históricamente, no se ha discutido la posibilidad de una reforma agraria, incluso cuando el tema figuraba en la agenda de políticas públicas de los organismos internacionales.

Aquí reside la relevancia política de los eventos de 2008. *Grosso modo*, implicaron el retorno actualizado del enfrentamiento de dos proyec-

87 Por ejemplo, la Fundación de Investigaciones para el Desarrollo (FIDE) en 2008 sostenía que el margen bruto de explotación de la soja duplicaba al promedio de 2003-2006, que fue un período de elevada rentabilidad, y superaba en 234% al de comienzos de 2005. Además, sostenía que la campaña de soja 2009-2010, sería una de las mejores de la historia. La investigación sostiene por ejemplo, que un pequeño productor, que posee 150 hectáreas en la zona núcleo (valuadas entre 4,5 y 5,7 millones de pesos) obtendrá en la campaña 2009-2010 un margen bruto de 300 mil pesos por una inversión productiva de no más de 123 mil, inmovilizada por unos pocos meses. Esto implica que una vez pagados los derechos de exportación, su tasa de rentabilidad bruta será superior al 250 por ciento. Fuente: Señales de Humo, de Horacio Verbitsky. Página/12. 27 de setiembre de 2009.

tos políticos diferentes⁸⁸, uno de matriz agro industrial y otro basado en la sustitución de importaciones. De allí lo imperioso de un análisis equilibrado, que el diario eludió en la construcción de su narrativa.

Cabe decir que los eventos de 2008 han funcionado como la caja de Pandora para el gobierno nacional pues, aparte de derivar en una crisis institucional por el voto en contra del vicepresidente Cobos, precipitaron la rearticulación acelerada de fuerzas económicas y políticas, que en ese momento se oponían deliberadamente al kirchnerismo como fracción política. Esto se evidenció en las elecciones legislativas del 28 de junio de 2009 en las que el oficialismo disminuyó su número de diputados y senadores nacionales. En dichas votaciones alrededor de 300 productores agropecuarios se postularon para ser concejales, presidentes comunales y legisladores provinciales, y otros 17 buscaban bancas en el Congreso Nacional. Todos ellos se insertaron en los partidos de oposición, principalmente en los dos más importantes en ese momento: el Justicialismo disidente y el Acuerdo Cívico y Social (ACyS)⁸⁹. El diario *Clarín* apoyó abiertamente las candidaturas de los “agro candidatos” quienes, en muchos casos, obtuvieron las bancas.

Entonces, luego de apoyar explícitamente los reclamos del sector agrario durante los 129 días de conflicto en 2008, con cobertura fragmentada y altamente axiologizada, en 2009 el diario *Clarín* apuntaló las candidaturas de la oposición y los “agro candidatos”. Rápidamente, el conflicto inicial entre el gobierno y las entidades ruralistas mutó, en el marco de la creciente “mediatización de la política” (Verón, 1995) y la polarización de los climas de opinión, hacia un enfrentamiento entre el gobierno nacional, y una alianza estratégica constituida por un grupo de ruralistas, las fuerzas políticas de oposición y el diario *Clarín*, este último establecido como un poder fáctico con gran capacidad de incidencia en la agenda legislativa. La

88 Los trabajos de Norma Giarraca, del grupo de Estudios Rurales del Instituto Gino Germani ofrecen un examen detallado sobre el tema.

89 Detallar la configuración de las fuerzas políticas en la Argentina de 2008-2009 es una tarea amplia que excede este espacio, sobre todo por la complejidad que ha adquirido en los últimos años. Sin embargo, vale la pena señalar que en ese momento, el Justicialismo disidente estaba expresado por Unión Pro, de Francisco de Narváez, Mauricio Macri y los referentes peronistas Carlos Reutemann, Juan Schiaretti (Córdoba) y Alberto Rodríguez Saá (San Luis). El Acuerdo Cívico y Social (ACyS) por su parte, estaba conformado por la alianza de Elisa Carrió (ex UCR) con la UCR y el Partido Socialista.

fuerte disputa se vio reflejada en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, donde las acciones del Grupo *Clarín* subieron un 30,6%, tras la derrota electoral del kirchnerismo.

En Argentina, en los últimos años se ha producido una reorientación en relación a las posiciones políticas y económicas que fueron hegemónicas en el país durante la década de 1990. Bajo el gobierno de Fernández se produjo un fortalecimiento de la figura estatal, específicamente en el área de comunicación y medios. En clave regional, ya hemos dicho que en los primeros años del Siglo XXI América Latina ha experimentado una transformación política de diferentes características e intensidad según cada país. En este “escenario posneoliberal” (Sader, 2008), lo que predomina en Argentina hasta el momento en que se escribe este trabajo, son proyectos políticos en disputa por la definición del sentido de la democracia (Dagnino et al., 2006).

Precisamente, uno de los aspectos que adquiere relevancia son las fuertes resistencias por parte de sectores políticos y económicos que se han opuesto a determinadas políticas de modificación del *status quo*, en alianza con los grandes grupos de medios, que en muchos casos se han constituido ellos mismos en agentes centrales de la discursividad política de oposición. En este marco, lo que está en juego en la constelación discursiva que propone *Clarín* es el modelo de democracia y dentro de él, la concepción sobre el estado y sus vínculos con los medios. También se disputa simbólicamente el tipo de vínculos gobierno-medios en las democracias actuales y la posición del estado en relación a las Políticas de Comunicación, como sistema regulador de la actividad de los medios.

Cierre de Capítulo

Hasta aquí dejamos el universo de sentidos de la discursividad de *Clarín* sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su posicionamiento categórico en contra del gobierno desde 2008, para entrar de lleno en la definición de la estrategia discursiva general que propone el enunciador.

Sabemos desde hace tiempo que el universo diegético se construye simbólicamente mediante “la cooperación interpretativa del lector” (Eco, 1987), y sabemos también que los vínculos entre la prensa y sus lectores siempre son de carácter complejo, y que por tanto un discurso produce siempre y necesariamente “un campo de efectos de sentido”

(Verón, 2004: 172). No obstante, la constelación discursiva que se configura en la producción discursiva del diario y que va *in crescendo* en el corpus, conforma una estrategia amplia, sostenida en una gran narrativa de presente absoluto y deshistorización.

Esta es una estrategia general que altera progresivamente el contrato de lectura y lo fuerza al límite tanto, que termina por quebrantarlo. Dicha ruptura se produce fundamentalmente en virtud de la inclusión categórica de opinión en lugar de información, y mediante la construcción de imágenes absolutamente deshistorizadas y descontextualizadas, que en muchos casos rozan el inverosímil y comprometen la credibilidad en la cobertura sobre la Ley.

CAPÍTULO .IV

Ecuador: El diario El Comercio Hibridación, opacidad y contaminación del ecosistema de la información

*Hacen un abundante uso de eslóganes y consignas [...];
los problemas más importantes aparecen resumidos en
pocas frases o reducidos a algunas líneas de chismes. Los
problemas políticos más arduos se resuelven en juegos
de palabras o epigramas [...] Los redactores usan siempre
las mismas palabras o frases banales, apuntando
exclusivamente sobre el efecto de la repetición.*

*Carta de un líder federal norteamericano
a un amigo hace 200 años (Adatto, 1993: 71).*

El presente capítulo

A partir de las consideraciones efectuadas en los acápites anteriores, en el presente capítulo trazamos la caracterización de la estrategia discursiva general propuesta por el periódico *El Comercio* sobre el tópico de la Ley Orgánica de Comunicación, que fue discutida en la Asamblea Nacional de Ecuador desde diciembre de 2009 hasta julio de 2010, y cuya aprobación posteriormente quedó suspendida por falta de acuerdos políticos entre los asambleístas de Alianza País y los legisladores de las minorías políticas.

Son 139 los espacios focalizados sobre la Ley Orgánica de Comunicación en los dos periódicos en el período delimitado, entre los que

se cuentan titulares de tapa, reportajes, noticias informativas, artículos editoriales y de opinión, y páginas de propaganda política. Todas las piezas están centradas en el tópico de la Ley: 115 corresponden al material periodístico focalizado en *El Comercio* -26 del período Apertura, 76 del período Interludio y 13 del período Clausura-, mientras que son 24 los espacios analizados en *El Telégrafo*.

La diferencia en el número de piezas estudiadas se debe a tres cuestiones. La primera es de orden metodológico. En el marco de la problemática de investigación, y como hemos referido en el Capítulo I, se prioriza el análisis de *El Comercio*, y luego, a partir de los puntos nodales que emergen en esta discursividad, se buscan los contrastes discursivos y contrapuntos específicos con *El Telégrafo*. Lo segundo es que, dado el carácter comparativo de la investigación y la naturaleza del análisis que hemos definido en el Capítulo I, creemos que el manejo de un número mayor de piezas periodísticas hubiera comprometido la fiabilidad del análisis en términos de productividad explicativa. Por último, cabe señalar que, en el período delimitado, *El Comercio* indiscutiblemente le dedica al tópico un número mayor de piezas que *El Telégrafo*, lo que muestra que efectivamente la Ley constituye una temática de índole política sumamente relevante dentro de la agenda que construye el diario durante la periodización definida.

Seguidamente, se presenta el análisis extensivo de la información, ilustrando con ejemplos concretos de las piezas gráficas. Las unidades analizadas se presentan enumeradas en orden ascendente, en cuadros que también se encuentran enumerados en el mismo orden⁹⁰. Allí mostramos títulos y extractos que forman parte del cuerpo de las noticias y artículos examinados. Por cuestiones de espacio, no es posible mostrar en el presente capítulo las 139 piezas estudiadas.

Hibridación y opacidad: la ruptura del contrato mediático

El estudio extensivo del *corpus* permite señalar como una de las tácticas discursivas dominantes de *El Comercio* su auto designación. Mediante la generación de distintos espacios, pero sobre todo de modo sistemático, el

90 En vista de que en términos metodológicos, el corpus de los diarios de Ecuador se considera un conjunto de textos distintos de los analizados para el caso argentino, la numeración de las piezas inicia desde el número 1. Para los cuadros, continuamos la numeración iniciada en el Capítulo III.

enunciador habla sobre sí mismo a partir de la puesta en funcionamiento de contenidos que son híbridos. La expresión más categórica de esta táctica es la creación de una sub sección *sui generis* y por única vez, generada para abordar regularmente, edición tras edición, dos grandes cuestiones, la propia historia del medio, y la discusión de la Ley Orgánica de Comunicación en la Asamblea Nacional.

Se trata de una página completa diagramada en la retirada de tapa. Un espacio que dentro del diseño de los periódicos, tradicionalmente corresponde a la página número 2, ubicándose detrás de la portada. Se trata de un lugar privilegiado para atraer la atención de los lectores. En *El Comercio* la sub sección se nombra con una volanta regular y fija, “Especial”, y mediante tres títulos alternativos cuya aparición varía estratégicamente, conforme la edición, los temas específicos que se incluyen en la página, su selección y jerarquización. Estos son: “Periodismo Positivo”, “Periodismo al servicio de la gente” y “No hemos callado”. Siguiendo a Verón diremos que esta creación del diario constituye una “seudo sección”, pues “aparece en lugar de un rubro o sección, pero es manifiestamente inventada en función del acontecimiento en cuestión” (Verón, 1983: 94).

En términos taxonómicos, de modo regular, la página se divide en dos. En la parte superior se incluyen noticias que recogen el rol de la prensa nacional y en particular el papel del diario *El Comercio* en distintos momentos históricos y episodios importantes del país, destacando de manera privilegiada el valor de la actividad periodística como reveladora de “la verdad” de los hechos, y el valor del matutino como agente que desde su génesis le ha cedido espacio a cuestiones de relevancia social y política, que de otra manera no hubieran tomado estado público⁹¹. En este espacio se publican temas como la vida de las trabajadoras sexuales, logros de deportistas nacionales o las experiencias de los adultos mayores ecuatorianos. La sub sección emerge en las páginas del diario en octubre y se extiende hasta diciembre de 2009.

91 Si bien es cierto que las posibilidades de acceder a cierta información sobre determinados eventos sociales existe solamente por efecto de la mediatización, lo que se busca subrayar en este punto es el tipo específico de construcción simbólica que efectúa el enunciador (cómo le otorga sentidos a aquello que narra y comenta), que destaca que el diario se instituye como un agente privilegiado del país en dicho proceso, apelando a los valores de “verdad” y “objetividad”.

La parte inferior de la página, rotulada siempre con la volanta “Ley de Comunicación”, constituye un espacio dedicado exclusivamente a la presentación de entrevistas sobre el tema a representantes de diferentes ámbitos, político, cultural, de la sociedad civil, etc., quienes ofrecen puntos de vista sobre la discusión de la Ley. Si bien es cierto que en este espacio aparecen recogidas opiniones diversas sobre el tópico, de manera dominante lo que se observa son posiciones en contra de la Política. Como señala Charaudeau:

Estas operaciones de clasificación por sub secciones son importantes porque ponen de manifiesto, pues, el modo como cada órgano de información trata los temas, los subtemas y a los actores que se refieren a una misma noticia y también el modo como cada uno de esos órganos construye la “cobertura mediática” del acontecimiento (2003: 184).

Resulta muy interesante para el análisis dicho aspecto, pues a lo largo de las distintas ediciones *El Comercio* va presentando en esta página material de su propio archivo de diferentes momentos históricos, a manera de testimonio y evidencia del papel de “guardián” de la sociedad que, siguiendo al enunciador, ha desempeñado el periódico. Para disponer dicho espacio el diario necesariamente tuvo que poner a funcionar recursos extra de selección y recopilación del material, lo que muestra en parte la importancia que el tema tiene para la dirección del periódico.

La auto designación como táctica de legitimación discursiva de la propia actividad -su naturaleza, su rol, su estatus, etc.- es un aspecto que, como vimos, también se ha identificado en *Clarín*, pero en un formato posiblemente menos transgresor para el ámbito del periodismo tradicional, como son las páginas solicitadas o los mensajes a los lectores. En *El Comercio*, en cambio, lo que se observa es la puesta en marcha de recursos extraordinarios (en el sentido de recursos que son añadidos al presupuesto o bien al orden de funcionamiento común) y la creación de una sección regular de auto referencialidad clara y directa, que en este punto del análisis caracterizamos como inédita para el ámbito del periodismo tradicional contemporáneo. Considérense los siguientes ejemplos:

Cuadro N° 14

	PERIÓDICO	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/ EXTRACTO
1	El Comercio	Tapa	15/10/ 2009	<i>Nunca hemos callado / Canal 8 ayudó a esclarecer un exceso policial</i>
2		Tapa	20/11/ 2009	<i>Periodismo al servicio de la gente</i>
3		Retirada de tapa	7/12/ 2009	<i>Ellos tienen su espacio</i>
4		Retirada de tapa (destacado)	7/12/ 2009	<i>El testimonio de aquellos días</i>
5		Entrevista. Retirada de tapa (destacado)	7/12/ 2009	<i>Cuando los he llamado para las coberturas han acudido, o me llaman para hablar y conocer qué estamos haciendo</i>

La operación testimonial propagandística

La mencionada táctica de auto designación, genera una operación testimonial propagandística, que apunta a una “fórmula atributiva de auto calificación” (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 64) para valorar dos aspectos. Por un lado, la trayectoria del medio como agente testigo histórico omnisciente de los hechos que el enunciador considera como los más relevantes en la historia reciente del país. Aquí se apunta a caracterizar al diario como un agente con un largo recorrido como protagonista de la vida social y política del país, que históricamente se ha desempeñado “al servicio de la gente”, “no ha callado”, revelando los hechos y eventos políticos, sociales y culturales más importantes del país, y aquellos que “le importan a los lectores”. En este punto ya se empieza a perfilar el modelo interpretativo que propone el periódico sobre los medios de comunicación, que tiene que ver con las nociones de auto regulación y cuarto poder que se desarrollan más adelante.

Por otro lado, la página constituye un ámbito de auto calificación novedoso para el periodismo tradicional: se trata de la auto promoción, que al mismo tiempo opera como un mecanismo de advertencia sobre la

modificación negativa, en caso de ser aprobada la Ley, de un actual estado de cosas que se perturbaría al negarle al diario la posibilidad de que siga siendo el testigo protagónico de la historia del país. Dicha exhortación señala que el capital social e histórico que posee *El Comercio* como institución que defiende los intereses de los ciudadanos en contra de los abusos del poder político -como lo demuestran día tras día los archivos que se revelan en esta sección-, va a desaparecer con la sanción de la Ley Orgánica de Comunicación.

Al mismo tiempo, lo que se produce mediante la operación testimonial propagandística de auto calificación es la construcción de un *ethos* discursivo desde el cual el enunciador instituye una imagen unívoca de sí para legitimar su decir y ejercer persuasión sobre su enunciatario. Al respecto, Maingueneau sostiene: “El enunciador en su discurso se otorga una posición institucional y marca una relación con un saber. Pero no se manifiesta solamente como un rol y un estatuto, sino que también se deja aprehender como una voz y un cuerpo” (1984: 100).

La noción de *ethos* discursivo guarda estrecha relación con la categoría de “presentación de sí”, desarrollada por Goffman (1973), quien:

[...] divide al individuo en dos partes: una, el actor, su soporte material, físico, biológico, cognoscitivo, y otra, el personaje, que está constituido por la imagen que un individuo tiene de sí mismo.[...] para Goffman el individuo -en su naturaleza de ser interaccional- tiende a concentrarse todo él en el personaje. El self se atribuye, pues, al individuo sobre la base de la imagen social que representa su personaje (Wolf, 2000: 27).

Ahora bien, ¿qué atributos posee el *ethos* discursivo que construye el enunciador? En principio diremos que aparece muy cercano a la noción de verdad, concebida en singular, y a la representación de los medios como reflejo de la realidad, como agentes espejo de unas condiciones “reales” determinadas *a priori*. Dicha representación, históricamente ha funcionado como dispositivo de legitimación de la actividad periodística y tiene que ver con la estructura modal de tipo veridictivo del discurso de la información. Si bien es cierto en los últimos años en América Latina se han registrado niveles crecientes de desconfianza de la ciudadanía hacia los

medios de comunicación, esta imagen, no obstante, ha funcionado como un contrato virtual entre medios y públicos.

En tal sentido, aunque sabemos que cada medio instituye un contrato de lectura propio con su público, como un acuerdo tácito entre los polos de producción y reconocimiento dentro del sistema productivo de sentido (Verón, 2004; Eco, 1987), desde un punto de vista más amplio lo que funciona es una convención sedimentada a lo largo de los años acerca de la legitimidad del discurso periodístico para producir información objetiva y verdadera. El imaginario social los asume como mediadores capacitados para seleccionar información relevante, procesarla, y luego transmitirla de manera transparente e imparcial. Al respecto, Verón señala:

La opinión espera del discurso informativo que la mantenga al día sobre lo que ocurre en el mundo. Esta evidencia contiene una serie de presupuestos que intervienen sobre todo en la forma de construir la relación entre el expositor y su destinatario: se admite, por ejemplo, que aquel está en condiciones de determinar la importancia del acontecimiento y que a partir de ahí tendrá que describirlo y explicarlo (1983: 194).

Sintetizando, la verosimilitud del discurso periodístico y del discurso informativo en particular, se basa principalmente en esta representación social que ha colocado a los medios de comunicación como narradores objetivos de los eventos sociales. En este punto aparece con fuerza la noción de realidad, de larga tradición en el positivismo, considerada como una entidad ontológica existente por fuera de la subjetividad y cuya verdad el periodista estaría llamado a recoger, procesar y transmitir. Dicha concepción está muy ligada a la idea de verdad, también concebida en singular, tal como aparece en la discursividad de *El Comercio*. Una noción que, como apunta Cerbino, “remite a la idea de una totalidad, a un todo perfectamente constituido sin agujeros” (Cerbino, 2004: 6).

En el presente trabajo, se sostiene que el proceso de producción informativa constituye una actividad de carácter complejo, cuando no contradictorio, en la que convergen lógicas de funcionamiento a menudo diferentes: la comercial de maximización de beneficios económicos que persiguen las empresas periodísticas en tanto buscan fines de lucro, por

una parte, y la prospectiva de la teoría liberal de la prensa, cuyos pilares principales son las nociones de objetividad periodística, la idea de los medios como espacios privilegiados de ejercicio y defensa de la libertad de expresión y la noción de los periodistas como sujetos que basan sus actividades en la auto regulación eficiente, por otra. Es en dicha convergencia -contradictoria y compleja- donde se sitúan las tensiones que caracterizan los medios y su funcionamiento. Al respecto, Verón señala que los procesos de producción informativa en ningún caso responden a una estrategia unidimensional de un solo actor. En sus palabras:

[...] cada producto final difundido por los medios de información es una configuración discursiva profundamente heterogénea pues es el resultado de múltiples negociaciones: está atravesada por las estrategias de los diversos actores que intervienen en su producción. En otras palabras, se trata de un área discursiva que constituye el lugar de encuentro de una gran variedad de operadores estratégicos (1995: 224).

Los apuntes de Verón coinciden con los señalamientos que a este respecto realiza Champagne, cuando afirma “que en lugar de manipulación o unicidad de los discursos mediáticos, lo que existen son puntos de vista periodísticos diversos acerca de los acontecimientos” (Champagne, 1999: 1). Sobre este punto, Rodrigo Alsina se refiere al “efecto de ocultamiento” (Rodrigo Alsina, 1999: 39) que sufre el proceso de producción de la información de los medios para los públicos: los periodistas se asumen a sí mismos como recolectores y transmisores de la realidad y pretenden que el fin último de sus actividades es la mera transmisión de información, y por consiguiente, sólo muestran los productos terminados. Entonces, las condiciones de producción se vuelven invisibles e inaccesibles a la vista de los públicos.

Para ser más exhaustivos, diremos que en el proceso cotidiano de producción de información conviven tensiones de carácter permanente tales como: la estructura de propiedad de los medios y sus modos de financiación, que a menudo implican presiones de los anunciantes privados y/o de la publicidad oficial; la ética y deontología de la profesión, consagradas en los códigos y manuales de estilo de los medios, que presentan

tensiones permanentes entre la regulación externa del estado y los mecanismos de auto regulación que proponen; y los requerimientos propios de la tarea diaria de los trabajadores de prensa, en la que aparece la fuerte tensión entre las condiciones laborales, a menudo precarias en los países latinoamericanos, y las exigencias de profesionalización por parte del medio. Sobre esto último, Ramonet se refiere a la “taylorización del trabajo del periodista” (Ramonet, 1998: 47).

Retomemos en este momento la auto designación discursiva. Esta táctica opera como un invariante ya que emerge no únicamente en la “seudo sección” antes descrita, sino también en la sección “Política” y en las páginas de opinión. En este punto hay, además, otra cuestión relevante para nuestro análisis, pues el grupo empresarial *El Comercio* organizó distintos foros de discusión pública sobre la Ley en diferentes ciudades del país en 2009, convocando la asistencia de sus lectores mediante un “hacer-hacer”. Aquí el enunciador, ya no solamente habla sobre sí mismo (se auto representa), sino que constituye su propia fuente de información, al citar de modo regular archivos propios y la voz de sus propios periodistas/ panelistas en los foros. Considérese el siguiente ejemplo.

Cuadro N° 15

	DIARIO	TÍTULO/PÁRRAFO	ENUNCIADOR
6	Sección Política Fecha 7/12/2009	<i>La libertad de expresión en el país se analizó en Esmeraldas</i>	Se alude a uno de los foros debate organizado por el diario
		<i>Este diario conjuntamente con varias universidades organizó foros para debatir el proyecto de ley de medios" [...] "una serie de foros organizados por el grupo El Comercio, como un aporte cívico vital en momentos en que la Asamblea Nacional trabaja en un proyecto de ley de comunicación que, según varios sectores, podría convertirse en una mordaza</i>	El enunciador toma al diario como su propia fuente de información
		<i>¿Vale la pena luchar contra los molinos de viento en tiempos tormentosos, en que los huracanes sofocan la timidez de quien susurra su mínima rebeldía, o de quien se atreve, con dignidad, en el diario o en la calle a decirle no al poder?</i>	Se alude al estatus de los medios
		<i>Está en peligro el derecho de la gente a opinar, escribir cartas para periódicos o para presentar denuncias en los noticieros radiales</i>	Habla el coordinador editorial del diario, quien participó como panelista de un foro debate sobre la Ley

En la noticia se destaca el rol del grupo *El Comercio* en la generación de debate sobre el tópico, subrayando el carácter de responsabilidad social. El grupo aparece configurado simbólicamente como un espacio de resistencia frente a los abusos de poder por parte del gobierno y se equipara con el rol del ciudadano de la democracia moderna. Aquí se refuerza la auto calificación que hemos referido. Pero hay algo más. El enunciador, en este caso, narra una temática en la cual el diario está él mismo directamente implicado. Un aspecto que queda demostrado en la medida que el periódico se instituye como generador de espacios de discusión de la Ley, lo que le implica movilizar recursos de tiempo, pero sobre todo de periodistas pues, como vimos, el coordinador editorial del diario, el cargo más alto luego de la directora en el organigrama del matutino, participa en calidad de panelista. Aspectos que muestran la enorme relevancia política que el tópico de la Ley encierra para el diario.

Como segunda táctica discursiva regular, el enunciador emplea de modo *sui generis* ciertas páginas que aquí denominamos propaganda manifiesta contra la Ley. Se trata de una jugada discursiva que hace parte de una campaña de propaganda más amplia, que fue compartida y publicada en aproximadamente 20 medios impresos de circulación nacional. Bajo el eslogan “Más respeto”, esta campaña se inició en noviembre de 2009 cuando estos medios salieron en primera plana con una propaganda adicional que envolvía toda la edición⁹². Los enunciados comportan los atributos de “eslogанизación”⁹³ (Salem, 1987) pues están cimentados fuertemente en el significante “respeto”, que se emplea en segmentos repetidos.

92 La página central de la publicación muestra la imagen de una mano en negro con blanco y una pequeña cruz roja con la frase: “Todos pedimos respeto”.

93 El neologismo “eslogанизación” designa el grado de fijación y repetitividad presentado por un texto. Es concurrente con la categoría “frases fórmula”, que alude a la utilización masiva y repetida de ciertos enunciados.

Cuadro N° 16

	SECCIÓN	FECHA	ENUNCIADO	ENUNCIADOR
7	Tapa	19/11/2009	<i>Querido Lector, te agradecemos por preferir nuestro diario. Sabemos que podrías escoger otro, estás en la libertad de hacerlo, es tu derecho, tu elección y eso se respeta. Tienes todo nuestro respeto</i>	Hablan 20 diarios de edición impresa de circulación nacional. Entre ellos, <i>El Comercio</i>
8	Dossier Sin numeración	1/01/2010	<i>Querido lector: un día como hoy, hace 61 años, se firmó la declaración universal de tus derechos humanos. Son 30 derechos que tenemos todos desde que nacemos y que nadie tiene el derecho de quitarnos. Son irrenunciables, incuestionables y fundamentales para vivir en democracia. Nos aseguran la libertad de expresión, información, opinión y elección. + respeto. Por nuestros derechos</i>	Se enumera uno por uno 30 derechos que están contenidos en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre.

La propaganda conjunta estuvo precedida por una serie de enunciados similares que se publicaron previamente en algunos medios con una denominación imprecisa. Recién el 18 de noviembre la autoría quedó definida. Advertimos una coincidencia temporal con la reunión de la 65° Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en la que se abordó, en calidad de tema prioritario, la situación de la prensa regional, “como blanco favorito de gobiernos autoritarios que al señalarla como instigadora de la desestabilización justifican sus políticas violatorias”⁹⁴. En ella se

94 Al respecto ver Comunicado de Prensa de la SIP del 4 de noviembre de 2009, titulado En Buenos Aires, la SIP enfocará debate sobre leyes que afectan a la prensa. Disponible en http://www.sipiapa.org/v4/index.php?page=cont_comunicados&seccion=detalles&id=4283&idioma=sp

hicieron duras críticas al proyecto de Ley ecuatoriano, así como a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual argentina. En uno de los comunicados de la entidad emitidos en noviembre se advierte sobre el “peligro” que vive Ecuador por las “agresiones del gobierno hacia la prensa”.

En las páginas de *El Comercio* la campaña siguió. Como refiere nuestro ejemplo del cuadro N° 16, la primera edición del año 2010 salió acompañada de 4 páginas adicionales sin numeración, presentadas con tipografía en un tamaño descomunal para las páginas de un periódico tradicional como es *El Comercio* -en letras mayúsculas en blanco y negro resaltadas en tamaño 64 aproximadamente, que inevitablemente llaman la atención de los lectores- con enunciados que denominados híbridos, pues no constituyen contenidos periodísticos netamente ni tampoco constituyen espacios de publicidad de anunciantes del medio. En este punto se impone una presunción: no sería arriesgado señalar que la generación de estas páginas supuso una modificación de los costos para el periódico, tanto si se sacrificó espacio de pautas publicitarias como si se agregaron páginas excedentes, lo cual muestra, nuevamente, la importancia que el tópico encierra para el medio.

Barthes señala que un aspecto distintivo del discurso literario, al igual que el discurso informativo agregamos nosotros, es que no lleva la marca del destinatario, a pesar de que un discurso siempre está dirigido a alguien, siempre implica un “sujeto de la lectura” (Barthes, 2002: 167). En este caso, los enunciados referidos interpelan directamente a los lectores a través de dos modos distintos. Por una parte, el uso del pronombre posesivo para señalar enfáticamente “tus derechos” funciona como una apelación directa de advertencia sobre la existencia de un marco legal internacional que protege a los lectores de los “abusos” que, a la vista del enunciador, está cometiendo el gobierno nacional. Esta enunciación se aleja por completo de la forma impersonal distintiva del narrador del discurso informativo.

Por otra parte, el manejo del nosotros inclusivo en tanto conjunto discursivo en el cual el enunciador se incluye junto con los lectores, cuando se sostiene “derechos que tenemos todos” y “nuestros derechos”, es otra forma de invocar al lector y marcar un vínculo que borra las distancias, para señalarle que las acciones que lleva a cabo el gobierno contra la

prensa del país también son acciones en contra de los lectores. Se trata de un “nosotros” que traza una frontera con un “ellos” y que construye un antagonista claro que es el ejecutivo y la Ley Orgánica de Comunicación que impulsa. Es un enunciador que ocupa una posición de complicidad respecto al enunciatario dado que no lo mantiene a distancia como mero espectador, sino que le propone cercanía y participación, lo incluye con vistas a “actuar sobre el otro”⁹⁵ (Charaudeau, 2002: 110), influir en su saber o comportamiento al decirle que, luego de cercenar las libertades vinculadas a la información y la comunicación, el gobierno avanzará sobre otros derechos, como la libertad a un juicio justo, la libertad de reunión o la libertad a la no detención arbitraria.

Salvando las enormes distancias que existen entre la prensa y la televisión en lo que ambas tienen de dispositivos tecnológico y de enunciación propios, cabe decir que este modo de interpelar al lector que emplea el enunciador es comparable con una modalidad de enunciación específica de la televisión, cuando ésta se sirve de la mirada a cámara, como una forma concreta de construir el efecto de verdad a través de la interpelación. Este aspecto, conocido en los estudios sobre medios como “dispositivo de contacto” o “interpelación a través del eje Y-Y” ha sido desarrollado por S. Blum (1981) y Eco (1983), y luego fue retomado por Verón, inicialmente en un texto de 1983. Igualmente, ha sido aplicado al análisis de la prensa por los investigadores argentinos Biselli y Valdetaro (2007).

Siguiendo a Eco, Verón señala que a partir de la mirada a cámara en televisión, la verdad que está en juego ya no es la adhesión del enunciado con los hechos, “la verdad del enunciado” (Verón, 2009: 231), sino que ésta se juega en el nivel de la enunciación, en los modos de decir. Siguiendo esta propuesta, se podría sostener entonces que el enunciador que nos ocupa emplea una técnica de contacto que, si bien no aparece tan marcada a través de recursos obvios como por ejemplo, acompañar la firma de un artículo con la foto del periodista, no obstante, opera de manera efectiva en las modalidades del decir pues la creencia está puesta allí.

95 En este caso, la fuerza de verdad del enunciado residiría en “la estructura modal de tipo veridictivo” (Fabbri y Marcarino, 2002: 21) del discurso informativo del diario por el cual éste se presenta como verdadero.

Desde tal perspectiva, los enunciados que emergen súbitamente y que por su gran tamaño casi no ingresan en la diagramación, constituyen una modalidad discursiva de posicionamiento categórico que es inédita para la prensa ecuatoriana. Sus enunciados altamente contenciosos constituyen una propaganda abierta contra la Ley que instituye una apuesta discursiva riesgosa en relación al polo del reconocimiento, en la medida que juega muy de cerca con la ruptura de los límites del contrato de lectura.

Llegados a este punto, lo que resulta verdaderamente interesante para el análisis es la contra campaña publicitaria⁹⁶ que desplegó el gobierno en defensa de la Ley Orgánica de Comunicación. Mediante la puesta en circulación de *spots*⁹⁷ y vehículos publicitarios que, bajo el mismo *slogan* de la campaña de la prensa “Más Respeto”, alude en este caso a los errores que ésta comete en la práctica periodística. En el caso de los vehículos por ejemplo, han circulado en la ciudad de Guayaquil durante noviembre de 2009 presentando con el rótulo “Frente ciudadano contra los medios corruptos” una campaña directa: “No utilicen nuestros niños para vender sus periódicos”, y luego: “No publiquen fotos de nuestras jóvenes desnudas para vender más diarios”. Los *spots* televisivos defienden la necesidad de la Ley para garantizar la efectiva libertad de expresión y el derecho a la información de los ciudadanos, argumentando que los medios del país (prensa, televisión y radio) “distorsionan”, “agreden” y “difaman”.

Hasta aquí se advierte una primera constatación: las dos tácticas discursivas referidas fuerzan el contrato de lectura al límite de su fractura, dado que se incluye propaganda abierta en lugar de información. Sin embargo, el análisis no es lineal pues por otro lado lo que opera en el conjunto de la producción discursiva del diario es una suerte de mecanismo compensatorio relativo de dicho contrato, que se efectúa mediante otras dos tácticas, el respeto parcial de las fronteras de los géneros periodísticos y el tratamiento relativamente equilibrado de las fuentes de información. Veamos estos dos puntos en detalle.

96 La descripción de la contra campaña publicitaria del gobierno se hizo en base al análisis de las piezas gráficas y de televisión que se hicieron públicas en el país, en el período 2009-2010.

97 Los *spots* publicitarios a los que hacemos referencia pueden consultarse en www.vimeo.com.

La compensación relativa del contrato de lectura: los géneros y las fuentes

Con respecto a las reglas básicas de los géneros periodísticos, el análisis extensivo del *corpus* deja ver en principio que el diario respeta las fronteras de los géneros, principalmente porque los límites entre información y opinión aparecen bien delimitados en las distintas secciones. Esta característica constituye un invariante de la discursividad, sobre todo cuando se compara con la producción del diario *Clarín* que, como referimos en el Capítulo anterior, en lo que respecta al tratamiento del tópico de la Ley de Medios argentina, no respeta los límites entre las páginas de opinión y aquellas que se reservan para los contenidos informativos.

La sección “Política” de *El Comercio*, constituye el espacio reservado para la información -en general entre las páginas 2 y 4- donde se describen y explican aquellos temas y eventos que el diario construye discursivamente, es decir, que recoge, selecciona y jerarquiza en sus páginas de modo regular. Es comparable a la sección “Actualidad” de *El Telégrafo*⁹⁸ o bien a “*El País*” de *Clarín*. Mientras que el espacio dedicado a los artículos interpretativos y de análisis, en sus distintos formatos narrativos (editorial, artículos de opinión, caricaturas y cartas a la dirección) se desarrolla en las páginas de opinión, que comúnmente ocupan las páginas 10 y 11. Como apunta Charaudeau:

Los medios seleccionan los diversos ámbitos de la experiencia considerados representativos de los diferentes sectores del espacio público, los actores considerados dignos de interés para aparecer en ellos y los tipos de palabras que se hacen oír en el escenario mediático [...] los hacen visibles mediante un juego de distribución en secciones y subsecciones (2003: 182).

Siguiendo tal división taxonómica del diario, y atendiendo a las tipologías de los géneros periodísticos desarrollada en el Capítulo anterior, se observa que en el mes de septiembre -se trata de las primeras piezas que el diario le dedica al tema- las fronteras de los géneros aparecen delimitadas

⁹⁸ La sección “Actualidad” del periódico *El Telégrafo* se desarrolla de modo regular entre las páginas 4 y 7 y contiene información de carácter político nacional. Mientras que las páginas de opinión del diario, la sección “Opinión y Debate”, se despliegan en las páginas 10 y 11.

en la producción discursiva pues la información no está contaminada con axiológicos y las opiniones e interpretaciones emergen de manera muy clara en las páginas de opinión. Igualmente, en los distintos niveles de organización de los textos (título, volanta, copete, cuerpo de texto) se ofrece a los lectores información progresiva que se supone estos no tenían antes de leer la noticia. Dos indicadores importantes que muestran que en la producción periodística del periódico las demarcaciones de los géneros inicialmente funcionan.

Si un lector desprovisto de información *a priori* sobre los sistemas de organización y clasificación de la información en los diarios tradicionales recorriera las distintas secciones del diario, en algunas ediciones bien podría suponer que se trata de dos periódicos diferentes, entre lo que el enunciador construye como información y aquello que construye como opinión. Sin embargo, como veremos más adelante, se trata solamente de una táctica parcial que luego se diluye en las regularidades que se imponen en el *corpus* en los períodos interludio y clausura.

Las fuentes de información: ¿Quién habla en *El Comercio* sobre la Ley Orgánica de Comunicación?

Con respecto al tratamiento de las fuentes de información, si bien la posición del diario se construye rotundamente en contra de la sanción de la Ley Orgánica de Comunicación, tal como está planificada en el proyecto que se discute en la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional en el momento en que se producen las piezas, en la sección “Política” en principio se observa que el tratamiento es equilibrado. Dicha característica asume toda su especificidad en contraste con *Clarín* que, según hemos explicado, realiza un tratamiento muy desigual y poco exhaustivo de las fuentes consultadas sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en todos los períodos analizados. A diferencia del matutino argentino, que prácticamente no le otorga espacios a voces afines a la Ley, *El Comercio*, en cambio, sí consulta en varias ediciones a asambleístas de Alianza País que han trabajado muy de cerca en la generación del proyecto. Tal es el caso de Rolando Panchana, quien redactó el proyecto oficial; Betty Carrillo, asambleísta de ese partido quien condujo casi hasta el final del proceso la Comisión Ocasional de Comunicación

y de distintas personalidades de los ámbitos político y cultural que se manifiestan públicamente a favor del proyecto.

Con todo, se observa que hacia junio y julio de 2010 (período de clausura), al momento en que se tensan mucho más las relaciones entre el diario y el Ejecutivo, se empiezan a priorizar de modo contundente las fuentes contrarias a la Ley, especialmente la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que en dicha etapa se instituye como fuente de consulta permanente. Este aspecto se ve claramente al constatar que el periódico publica todos los comunicados que la entidad formula en contra de la Ley y del gobierno nacional, en algunas ediciones de modo casi literal. Igual que en *Clarín*, el empleo de esta fuente reiterada tiene que ver con una táctica de credibilidad por parte del enunciador. Dado que la SIP constituye una autoridad regional en la materia, éste busca apoyar su posición en los argumentos de la entidad. Lo que el enunciador no narra es la naturaleza de la SIP como entidad que nuclea a grandes propietarios de medios de comunicación del continente en la defensa de intereses empresariales y de la cual *El Comercio* forma parte. Contrastamos tal especificidad de *El Comercio* con el análisis extensivo de la información de *El Telégrafo*, y lo que encontramos es que si bien este último intenta igualmente equilibrar la consulta de las fuentes periodísticas, en este caso, tienen prioridad las voces afines al proyecto de Ley. Específicamente, las fuentes más consultadas son los asambleístas de Alianza País, de modo regular quienes estuvieron más cercanos al proceso de discusión y redacción del articulado: Mauro Andino, Betty Carrillo, Rolando Panchana, María Augusta Calle y el presidente de la Asamblea, Fernando Cordero.

Hasta aquí, se impone una conclusión: las últimas dos tácticas de *El Comercio* referidas -respeto parcial de las reglas de los géneros y cumplimiento parcial del tratamiento equitativo de las fuentes- entran en choque con el carácter rotundo y definitivo que comportan la operación testimonial propagandística y la propaganda manifiesta contra la Ley. Por tanto, si bien es cierto que ambas operan en la ruta de intentar⁹⁹ compensar el

99 No nos referimos aquí a una cierta intencionalidad que emanaría de la conciencia deliberada del enunciador. Lo que queremos decir es que en la “construcción” simbólica de todo evento, siempre y necesariamente se le otorgan sentidos a éste.

equilibrio del contrato de lectura, finalmente se trata de dos tácticas que están destinadas a ser parciales en el marco de las potentes regularidades que presenta el *corpus*.

Líneas isotópicas dominantes

En el contexto de discusión del proyecto de Ley, en la discursividad de *El Comercio* se observa la presencia dominante de un modelo interpretativo sobre el funcionamiento democrático que se encuentra dominado por la lógica amigo-enemigo característica del discurso político, que representa casi exclusivamente a dos agentes antagonistas: el gobierno, construido sistemáticamente como un agente activo que persigue a la prensa; y los medios de comunicación, construidos regularmente como agentes que buscan el bien común y que, en tanto molestan por su condición de “guardianes”¹⁰⁰, reciben los ataques del gobierno. Este modelo estático se manifiesta en el conjunto de la producción discursiva y está muy emplazado en el contexto político ecuatoriano de 2008-2010. A continuación, se desarrollan las imágenes dominantes de los dos agentes que hacen parte de este modelo dual y estático que acabamos de referir.

El gobierno panóptico

La génesis de la noción del “panóptico” remite al filósofo Jeremy Bentham (1791) quien a fines del siglo XVIII presentó en Inglaterra el proyecto Panoptico¹⁰¹ para la construcción de prisiones, que permite a un vigilante observar a todos los prisioneros sin que estos puedan saber si en efecto están siendo observados¹⁰². Foucault (en *Vigilar y Castigar*) retoma este diseño como ilustración para pensar las formas de ejercicio de poder mediante la vigilancia disciplinaria. Nos parece pertinente servirnos aquí de esta categoría para explicar las formas mediante las cuales el enunciador representa al gobierno nacional, toda vez que direcciona discursivamente de modo insistente la idea de un gobierno que construye una forma del

100 Este concepto alude a la prensa como contralor de los valores e instituciones de la democracia.

101 En su etimología y acepción original designaba el dispositivo de “mirada total”, con el tiempo se convirtió en sinónimo de prisión.

102 Sistema basado en la observación permanente: la estructura modelo de la cárcel es una torre de vigilancia ubicada en el centro de un edificio que está dividido en celdas ocupadas por sujetos que no saben a ciencia cierta si están siendo vigilados.

dispositivo panóptico, para controlar a los ciudadanos y a la prensa y sostenerse en el poder. Veamos de qué modo esta construcción tiene lugar.

Un gobierno poco democrático

1) Primero, se sustenta en la construcción de la figura del gobierno nacional como un régimen no democrático. Esta figura se compone de dos elementos:

A) “El tiranismo y autoritarismo del gobierno”, comparado explícitamente y de modo recurrente en las páginas de opinión con los fascismos europeos y con la dictadura de Alberto Fujimori en Perú, que hostigaba y perseguía a los medios de comunicación. En esta línea argumental, según el enunciador, el gobierno de Correa se parecería mucho más a una dictadura que a una democracia pues sus vínculos con los medios “no gobiernistas” serían similares a la política de hostigamiento que implementó el dictador peruano.

B) La puesta en funcionamiento de la “maquinaria publicitaria del gobierno” para denigrar, descalificar y “silenciar a la prensa libre”. En este punto aparecen a su vez dos cuestiones muy importantes que hacen parte de la vida política del país, principalmente desde 2007. Se trata de las cadenas presidenciales y la propaganda oficial, dos tópicos transversales al *corpus*, que emergen de modo muy potente mediante la “intertextualidad” (Barthes, 1973) haciendo parte de las condiciones de producción. Regularmente, ambos temas aparecen en el periódico a modo de réplica de ciertas afirmaciones que el presidente Correa realiza en estos espacios. La intertextualidad queda definida aquí en el sentido introducido por Barthes cuando señala: “Todo texto es un intertexto; otros son presentados en él, en niveles variables, bajo formas más o menos reconocibles” (Barthes, 1973). En este punto resulta pertinente también la categoría de “intertexto”, entendida como “el conjunto de fragmentos que son convocados en un *corpus* dado” (Maingueneau, 1984:83). La relevancia de estas dos cuestiones radica, como referimos, en que hacen parte de las condiciones de producción de la discursividad que nos ocupa. Analicemos cada una por separado.

Cadenas presidenciales

Las cadenas presidenciales se definen aquí como un espacio de alocución monologal directa¹⁰³. Se trata de un discurso extenso, ofrecido en una situación comunicacional específica, en la que un enunciador se dirige a sus interlocutores, pero estos no le dan la réplica. Aunque constituye un discurso orientado a alguien distinto de uno mismo, se aleja sin embargo de la alternancia en los turnos de habla. Bajo la denominación “El presidente dialoga con el pueblo”¹⁰⁴, los enlaces ecuatorianos se emiten regularmente desde 2007 por cadena nacional (en radio y televisión) todos los sábados y duran alrededor de 3 horas. La alocución es reproducida por dos canales públicos de televisión, la radio pública y varias emisoras comunitarias.

Resulta interesante que a dos años y medio de la institucionalización de los enlaces dentro de la agenda de trabajo del ejecutivo, estos adquirieron una nueva característica. Como parte de la estrategia comunicativa de la presidencia se incorporó a las cadenas un nuevo segmento¹⁰⁵ denominado “La libertad de expresión ya es de todos”; parafraseando uno de los *slogans* de gobierno “La patria ya es de todos”. El nuevo segmento ocupa la última media hora de transmisión de la cadena. Allí el presidente pasa revista -mediante informes editados al estilo de los informativos de tv- del tratamiento mediático sobre los principales y más polémicos temas de interés político. Apuntando a mostrar sistemáticamente los sesgos de la cobertura de la prensa, para impugnar lo que considera “falsa neutralidad

103 “Fuera de ciertas situaciones comunicacionales específicas, el monólogo es objeto de excepciones. En la vida cotidiana, en efecto, un comportamiento comunicacional de este tipo es considerado patológico” (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 399).

104 La caracterización de las cadenas presidenciales de R. Correa se realizó en base a la observación de las mismas a lo largo de tres meses. En otros países latinoamericanos la modalidad del discurso directo con los ciudadanos a través de cadenas también es muy usada por los presidentes, aunque adquiere características específicas en cada caso. En Venezuela el presidente H. Chávez presenta su programa “Aló Presidente”. En Brasil funciona un espacio similar, “Café con el Presidente”, que se transmite los lunes a todo el país por Radio Brasil. También el presidente uruguayo J. Mujica, quien antes de asumir el cargo ya contaba con un programa de radio, decidió mantenerlo bajo el nombre “Habla el Presidente”. En Argentina, si bien no se ha institucionalizado un espacio parecido, cabe anotar que una de las características de la estrategia comunicacional de C. Fernández ha sido prescindir al máximo de la intermediación de los medios.

105 Con la creación de este nuevo segmento, a partir de junio de 2009, la estructura de las cadenas presidenciales quedó dividida en tres partes: el recuento de las actividades del ejecutivo, las respuestas a las inquietudes de los ciudadanos y la valoración del gobierno sobre lo publicado por la prensa nacional.

de la prensa”, “falta de ética”, “baja calidad de los productos informativos”, “ineficiencia de la auto regulación” y “mentiras”. La creación de este espacio revela la importancia que tienen los medios de comunicación nacionales para el gobierno, que los considera agentes con discursividad política de enorme peso en la configuración de la opinión pública nacional.

Propaganda de gobierno y respuesta mediática

En la misma “dirección discursiva” (Fabbri y Marcarino, 2002: 20) del referido segmento de las cadenas sabatinas, el gobierno desarrolló una campaña televisiva de desprestigio sobre la actividad de los medios privados, que en parte ya hemos descrito. Pero el punto posiblemente más álgido de la estrategia propagandística se desplegó en junio de 2010 durante los partidos del Mundial de Fútbol de Sudáfrica, cuando en los canales incautados por el estado, TC Televisión y Gama TV, se emitieron *spots* abiertamente contenciosos hacia los medios, nuevamente bajo el eslogan “La libertad de expresión ya es de todos”.

En respuesta a la campaña, los principales diarios y revistas del país, entre los que se incluye lógicamente *El Comercio*, se manifestaron conjuntamente en repudio, mediante un anuncio respaldado por la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP) a la que pertenecen. El comunicado expresaba: “Ratificamos nuestra unidad ante esta campaña, que consideramos un ataque a la libertad de expresión de todos los ecuatorianos y un abuso desde el poder” (Pieza N° 9). En este caso, de nuevo, la publicación colectiva coincidió temporalmente con un comunicado de la SIP del 2 de julio de 2010, que repudiaba al gobierno en el mismo sentido que lo hacen los diarios, sosteniendo: “los anuncios oficiales desprestigian y acusan de manera general a la prensa, radio y televisión, tergiversan la verdad”¹⁰⁶. Un dato medular: el comunicado de la SIP fue reproducido íntegramente por *El Comercio* en su edición del 3 de julio de 2010, en una nota titulada “Rechazo de la SIP a las cuñas” (Pieza N° 10).

Cabe destacar que este mensaje apareció en las ediciones de 16 medios impresos, entre los que figuran los diarios *El Comercio*, *El Universo*

106 Al respecto ver comunicado de prensa de la SIP del 2 de julio de 2010 titulado Repudia la SIP campaña oficial de propaganda contra medios ecuatorianos. Disponible en http://www.sipiapa.org/v4/index.php?page=cont_comunicados&seccion=detalles&id=4398&idioma=sp.

-los dos de mayor circulación nacional-, *La Hora* y *Expreso*, y revistas como *Vistazo* y *Mundo Diners*. Como dijimos, todos son integrantes de AEDEP, entidad que funciona en el país desde 1985 y que está integrada por directores y representantes de diferentes diarios y revistas de Ecuador. Desde 2007 la asociación se ha venido manifestando en contra del gobierno nacional, en la misma línea política que la SIP. Sólo como dato adicional, en el sitio web de esta entidad funciona un *link* directo con el portal de la SIP¹⁰⁷. Es importante señalar, además, que el grupo *El Comercio*, que como dijimos pertenece a la SIP, tiene injerencia directa en AEDEP pues varios de sus representantes integran el directorio para el período 2008-2010. Tal es el caso de la Sra. Guadalupe Mantilla de Acquaviva, directora del diario, quien se desempeña como vocal de la entidad.

Ahora bien, volviendo al tratamiento de *El Comercio* sobre la propaganda de gobierno, cabe señalar que, además de posicionarse mediante su participación en el comunicado conjunto referido, luego en la edición del domingo 4 de julio de 2010 el diario publica en la sección “Política” una carta titulada “EL COMERCIO pide suspender la propaganda injuriosa” (Pieza N° 11). En dicho mensaje, que aparece firmado directamente por la Directora General, Mantilla de Acquaviva, y que está dirigido al Secretario de Comunicación de la Presidencia, el enunciador cuestiona fuertemente los *spots* televisivos de gobierno, denunciando que la propaganda “denigra y descalifica a periodistas y medios”¹⁰⁸, y que las cadenas sabatinas son empleadas como el único espacio para rendir cuentas institucionales, evadiendo conductos regulares. Estos temas van *in crescendo* en la producción discursiva del diario durante junio y julio, cuando el periódico le empieza a dedicar cada vez más editoriales. En esta etapa se diluye por completo el respeto de los géneros periodísticos del que hablábamos antes. Las siguientes piezas ilustran lo que acabamos de exponer:

107 Al respecto, ver <http://www.aedep.org.ec/>.

108 Por esos días el tema adquirió mucha visibilidad en la agenda de los medios nacionales debido a las especulaciones sobre la erogación que significó la campaña para el gobierno nacional. Se cuestionó el uso de recursos públicos para tal fin. Según datos cruzados, el gasto habría ascendido a casi 1 millón de dólares.

Cuadro N° 17

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
12	Opinión	11/12/2009	<i>Un gran bien haría a la calidad del debate sobre esta Ley una pausa en la repetitiva y gastada propaganda oficial para dejar a la ciudadanía tiempo para pensar, para enriquecer el debate con argumentos y contenidos, para tener una Ley no represiva y sancionadora que persiga a los periodistas y busque sancionarlos, mientras desde el aparato oficial se ofende y abusa sin límite</i>
''	Opinión	11/12/2009	<i>La ciudadanía ha visto esta abusiva utilización de los mecanismos de propaganda solamente comparables a las peores y más oscuras épocas del oscurantismo</i>
13	Otras Voces	11/12/2009	<i>Abusos con cadenas del gobierno</i>
14	Opinión	23/06/2010	<i>Un mismo molde, el del totalitarismo. Su móvil, encubrir los ilícitos del poder. Su fin, controlar el mayor número de medios e intentar intoxicar a la ciudadanía con campañas masivas cual la del monopolio en la trasmisión del Mundial de Fútbol usándolo contra los medios de comunicación independientes, pensando en sondeos y en encuestas</i>
15	Editorial	25/06/2010	<i>La campaña infamante busca degradar a la prensa privada pero esconde el uso abusivo de los medios públicos como maquinaria del ejercicio autoritario del poder</i>
16	Editorial	25/06/2010	<i>La propaganda oficial</i>
17	Política	24/06/2010	<i>Violentos "spots" de TV en contra de la prensa</i>
18	Editorial	11/07/2010	<i>La necia lucha por el control</i>
19	Editorial	12/07/2010	<i>La propaganda infamante</i>

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
''	Editorial	12/07/2010	<i>El Gobierno no da tregua en su agresiva e infamante campaña. Para ello, acude a las armas más siniestras de la propaganda que los sistemas totalitarios usaron en tiempos oscuros de la historia de la humanidad</i>
20	Editorial	14/07/2010	<i>Mordaza y libertad</i>
21	Editorial	22/07/2010	<i>El lenguaje oficial</i>
''	Editorial	22/07/2010	<i>Cada sábado los insultos y diatribas, la descalificación y las mofas, la agresividad son muestra viva de una cara de intolerancia, desmesura y hasta irrespeto que no se corresponden con la alta magistratura que el Presidente ostenta</i>
22	Editorial	11/07/2010	<i>La necia lucha por el control</i>

La ausencia de debate

De modo regular y sostenido, se instituye la figura de un gobierno cuya práctica habitual consiste en imponer las leyes en lugar de debatirlas. Desde las páginas de opinión del diario se interpela al ejecutivo para denunciar que éste detenta el poder precisamente porque la prensa “no se calló” y denunció la corrupción de los gobiernos anteriores, y que una vez en el poder lo que busca es “callar a la prensa para mantenerse en él”. Pero, paradójicamente, a los ojos del enunciador, los gobiernos anteriores no intentaron callar a la prensa, incluso cuando es *vox populi* que estos fueron perjudiciales para el país, en términos políticos e institucionales. Mediante esta operación, el enunciador construye la idea de que el actual gobierno es menos democrático que los anteriores, pues si bien estos han recibido “críticas incisivas de los medios, ninguno ha pretendido amordazarlos con una ley sancionadora” (Pieza N° 23 Opinión 14/12/2009).

El gobierno populista

Por último, completando el modelo de gobierno panóptico, opera la configuración simbólica del gobierno populista, en un esquema donde el significante populismo se construye a partir de una valoración negativa muy categórica. La figura del gobierno populista se sostiene discursivamente en tres elementos:

- A) El gobierno busca controlar y “silenciar a la prensa libre” mediante la sanción de la Ley con el único objetivo de mantenerse en el gobierno, incluso más tiempo de lo que dura por derecho su mandato. Esta idea opera sobre la figura de un jugador político que gobierna exclusivamente para satisfacer un interés particular. Para el enunciador, lo que está en juego con la sanción de la Ley es la permanencia de Correa, quien busca sostener “La utopía autoritaria” (Pieza N° 24 título Opinión 13/09/2009). Una figura que aparece muy cercana a la anti institucionalidad que construye *Clarín* sobre el gobierno argentino.
- B) El gobierno es progresista sólo discursivamente y se contradice entre un ser y un parecer, puesto que no busca generar cambios estructurales efectivos. Analicemos los siguientes extractos.

Cuadro N° 18

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/PÁRRAFO
25	Opinión	13/09/2009	<i>¿Revolución?</i>
''	Opinión	13/09/2009	<i>No hay democracia auténtica ni libertad ni prosperidad en el Ecuador actual, entonces: ¿De qué revolución hablan?</i>
''	Opinión	13/09/2009	<i>No estamos viviendo una revolución sino una involución, una monarquía tropical cursi y discola que produce mucho daño al país</i>
''	Opinión	13/09/2009	<i>Otros seremos los encargados de hacer una genuina revolución, no este Régimen intolerante y abusivo</i>

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/PÁRRAFO
26	Opinión	7/12/2009	<i>Valor y dignidad de la palabra</i>
27	Opinión	17/12/2009	<i>Justicia y Prensa</i>
28	Opinión	17/12/2009	<i>El cierre de medios bloquea un acuerdo</i>
29	Opinión	23/06/2010	<i>En el molde del totalitarismo juega el papel de la grasa que se pone en el molde para que la torta quede dorada y no se pegue. Las falsedades del texto constitucional fueron muestra de aquello</i>

Aquí el enunciador juega simbólicamente con el eslogan cabecera de gobierno, “La revolución ciudadana está en marcha”, para señalar que en efecto el operador “revolución” constituye un significante de sentido de orden meramente discursivo pues no se ven transformaciones en el país. Cabe recordar que Revolución Ciudadana es la designación que nombra el proyecto impulsado por una coalición de movimientos políticos y sociales, que junto con el ejecutivo y el movimiento político Alianza País, puso a funcionar en Ecuador desde 2006 un proyecto cercano al Socialismo del Siglo XXI. Volveremos en seguida sobre este último punto.

C) El carácter populista del gobierno se basa fuertemente en la imagen del líder caudillista. La figura del ejecutivo se construye de un modo claramente negativo en los editoriales, artículos de opinión y caricaturas, y es una figura que está hiperbolizada, llevada al extremo de una manera que resulta incluso inverosímil. Correa aparece caracterizado como un tirano, al estilo de la narrativa de “1984” y la omnipresente vigilancia del Gran Hermano, narrada por G. Orwell¹⁰⁹. Para explicar cómo se realiza esta construcción discursiva nos servimos de la figura

109 “1984” es el título de una novela política de ficción distópica, escrita por George Orwell entre 1947 y 1948. La obra presenta una extrapolación de prácticas de la ex Unión Soviética y la Alemania Nazi, además de experiencias del autor durante la Guerra Civil Española. “1984” es considerada una de las obras cumbre de la trilogía de las distopías de principios del siglo XX, junto con “1932 Un mundo feliz” de Aldous Huxley, y “Fahrenheit 451” de Ray Bradbury. La novela introdujo los conceptos del omnipresente y vigilante Gran Hermano, de la notoria habitación 101, de la ubicua policía del pensamiento y de la neolengua, adaptación del inglés en la que se reduce y se transforma el léxico con fines represivos, basándose en el principio de que lo que no está en la lengua, no puede ser pensado. El discurso del periódico sobre Correa se acerca mucho a esta invención ficcional.

de la hipérbole. Considérense los siguientes párrafos extraídos del mes de septiembre, período en que el diario le dedica las primeras piezas al tópico de la Ley:

Cuadro N° 19

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
30	Opinión	13/09/2009	<i>Al instaurar un gobierno autoritario, de partido único, y de verdad única, una secta fanática de vergonzoso culto a la personalidad del dirigente, y lavado de cerebros</i>
''	Opinión	13/09/2009	<i>Se trata de la misma dinámica clásica de los regímenes de fuerza: la vigilancia y la amenaza del castigo. La bronca y los espantajos semanales. La procesión de insultos. La ira contenida y empacada al vacío. La instigación a encontrar enemigos en cada esquina, detrás de las cortinas, debajo de la cama. ¿Cuándo llegarán las camisas negras?</i>
31	Opinión	13/09/2009	<i>Uno se pregunta si no sería mejor tratar de implementar los cambios en democracia</i>
32	Opinión	23/07/2010	<i>Obsesión populista</i>

(Ver además, la pieza N° 24)

Este conjunto de expresiones figuradas, metáforas y comparaciones con regímenes militares autoritarios y vigilantes conforman la figura de la hipérbole, que se manifiesta en las páginas de opinión del periódico para referirse al agente Correa y su gobierno. Para el enunciador, éste último constituye una dictadura disfrazada de democracia que se organiza “en función de una ideología” y un “pensamiento único”, que busca que las personas “no piensen por sí mismas”, que está dirigida por un “partido único” gobernado por un “tirano”.

Si se observan exhaustivamente las piezas, lo que aparece detrás del uso recurrente de la hipérbole es una operación de negación de la historia política contemporánea del país, mediante la que se borran fundamentalmente dos aspectos. En primer término, a Alianza País como

movimiento político ampliamente legitimado mediante apoyo popular dos veces en las urnas, que colocó a Correa a cargo del ejecutivo. En segundo término, se niega la legitimidad política y social que conserva el gobierno nacional, luego de casi 4 años al frente del ejecutivo y al momento en que se producen las piezas que nos ocupan. Estos dos puntos aparecen como parte de las condiciones de producción y por ello conviene explicarlos.

Correa llegó a la presidencia de Ecuador en 2007 de la mano de Alianza País (AP), que se presentó como un movimiento ciudadano ajeno a toda estructura partidaria. Una vez en el poder, parte de la estrategia discursiva del ejecutivo fue señalar constantemente el desprestigio de los gobiernos anteriores por haber implementado políticas económicas neoliberales desde fines de la década de 1980. Un paradigma político, económico y cultural que la discursividad de gobierno impugna cada vez que tiene oportunidad, en particular, en lo concerniente a las políticas de privatización y reducción del estado.

Uno de los aspectos centrales del gobierno de Alianza País ha sido la creación de una Asamblea Constituyente con el objetivo de aprobar una Nueva Constitución, como una apuesta fuerte hacia un nuevo proyecto de estado, en términos económicos, sociales y ecológicos. El nuevo texto legal fue aprobado mediante referéndum en septiembre de 2008 con más del 63 % de los votos, y plantea objetivos fundamentales desde el punto de vista ético, social y económico con vistas a generar un proyecto político de transformaciones económicas, políticas, institucionales y culturales.

Es importante señalar que luego de la restitución democrática en 1979, esta es la primera vez que el ejecutivo es reelegido¹¹⁰. Nunca antes un presidente ecuatoriano había tenido niveles tan altos de popularidad: más del 80% al inicio de la gestión. Dos elementos de peso que colocaron la figura presidencial en el centro de la escena política. Estos datos cobran mayor relevancia, si se tiene en cuenta que los 3 últimos presidentes constitucionales que le antecedieron fueron derrocados mediante protestas sociales, lo que generó una enorme crisis de gobernabilidad en los últimos años, con una “institucionalidad débil, una falta de confianza

110 La Nueva Constitución, definió nuevos comicios en abril de 2009. En esa ocasión, R. Correa ganó en primera vuelta, con el 51.9% de votos.

en el manejo de la cosa pública, una crisis total de representación tanto de los partidos políticos, cuanto de las organizaciones sociales” (Larrea y Ospina; 2006: 229). En esta línea, el gobierno de Correa puede definirse como un gobierno post crisis, igual que lo fue en su momento el de Néstor Kirchner. Se trata de los primeros presidentes que finalizaron su mandato sin interrupciones.

Ahora bien, la importancia del proceso constituyente que vivió Ecuador en 2007-2008 tiene que ver con que la Nueva Constitución normativamente encarna el enorme proceso de transformación política que se propuso llevar adelante el gobierno de Alianza País, expresando innovaciones jurídicas en diferentes ámbitos. En materia de comunicación, la nueva Carta Política contempla derechos innovadores, así como el mandato constitucional de sanción de una nueva Ley Orgánica de Comunicación por parte de la Asamblea Nacional, en el plazo máximo de 1 año, desde la puesta en vigencia del nuevo texto. Dado que la Constitución entró en vigencia en octubre de 2008, el término venció formalmente el 14 de octubre de 2009. La aprobación permanece suspendida hasta el momento en que se escribe esta investigación.

En este punto, conviene recordar una diferencia importante con respecto al caso argentino. La Ley Orgánica de Comunicación ecuatoriana debe legislar sobre el sistema de comunicación social del país que efectivamente incluye a los medios pero no se limita a ellos. En el caso argentino, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual legisla específicamente en materia de medios audiovisuales; es decir, radio y televisión.

Lo que se busca destacar es que de modo similar a lo ocurrido durante la gestión de Fernández, el gobierno de Correa enseguida entró en disidencia con las agendas de los principales partidos de la derecha política y los grandes grupos económicos del país. A estos, se sumaron fuertes resistencias de los sectores bancarios y financieros y de los medios de comunicación privados, que se alinearon en oposición al proyecto de gobierno. *Grosso modo*, lo que les preocupaba a estos actores era, siguiendo a Ramírez y Minteguiaga: “[...] la orientación que [estaba] tomando el progresivo, aunque difuso, retorno estatal al primer plano de la escena pública” (2007: 90). Estas resistencias se hicieron muy evidentes durante los debates sobre de Ley Orgánica de Comunicación en 2009 y 2010. De modo análogo al

caso argentino, las empresas periodísticas han resistido fuertemente la sanción del proyecto, oponiéndose abiertamente a la regulación de sus actividades por parte del estado y a la modificación de las condiciones políticas y legales en las que sus intereses pueden ser reivindicados como legítimos. Los anteriores constituyen elementos de contexto de los últimos 4 años que resultan importantes para armar el rompecabezas del nuevo escenario político que vive el país desde 2007. Se trata de componentes que están absolutamente ausentes en la discusión que propone *El Comercio* sobre el tópico de la Ley. Así, toda vez que el diario impugna el carácter intervencionista y controlador del gobierno lo hace desde la negación referida.

Lo privado y lo público: la prensa como cuarto poder dual

El análisis extensivo de la información muestra que hay una dirección discursiva potente que domina la definición sobre los medios. Se trata de un modelo interpretativo que denominamos el cuarto poder dual¹¹¹, pues se basa fuertemente en la concepción de la teoría liberal de la prensa que conceptualiza a los medios como fiscalizadores homogéneos de los valores de la democracia, y simultáneamente se sostiene en la dicotomía público-privado, una concepción sobre los medios que aparece fragmentada, dividida. Ello quiere decir que los medios privados aparecen integrados a la categoría “cuarto poder”, mientras que los medios públicos estatales son caracterizados como medios gubernamentales afines al poder político, y por lo tanto, están representados desde la no identidad, despojados de aquellas características que se les atribuyen a los “medios no gobiernistas”, quedando así definidos por su carencia, por su falta en relación a los atributos que se les otorga a los primeros, por la negatividad.

Es pertinente señalar que la caracterización dual sobre los medios se explica muy bien atendiendo a los datos de contexto sobre los vínculos conflictivos que mantienen durante el período de análisis el gobierno nacional y los medios de comunicación del país -incluidos, en el último período, los medios públicos estatales, como veremos en seguida- y las características del mapa mediático de Ecuador en los últimos 3 años.

111 Empleamos aquí el significante dual pues alude a un estado de cosas o a una misma persona que reúne dos caracteres o fenómenos distintos. Diccionario de la Real Academia de la Lengua (RAE).

Este modelo interpretativo aparece de manera muy contundente en el conjunto de la producción discursiva del matutino, pero las alusiones más concluyentes se encuentran en las páginas de opinión, y principalmente en la “seudo sección” de retirada de tapa, cuyas propiedades ya referimos. Para iniciar el análisis, considérense los siguientes ejemplos:

Cuadro N° 20

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
33	Opinión	14/12/2009	<i>Otra buena obra periodística</i>
33	Opinión	14/12/2009	<i>Saben que una prensa libre que ejerce el derecho a la libre expresión y permite que lo ejerzan los ciudadanos, critica y descubre los abusos y corrup-telas del poder</i>
34	Política	16/09/2009	<i>Correa tuvo tribuna en tres canales</i>
35	Política	15/09/2009	<i>La ley de comunicación de A. País no regula a los medios estatales</i>
36	Opinión	14/12/2009	<i>Ustedes no desean que eso ocurra porque saben que si hay un pensamiento libre no durarán el tiempo que se proponen estar en el poder</i>
37	Retirada de tapa	15/10/2009	<i>Nunca hemos callado</i>
38	Opinión	25/06/2010	<i>La propaganda ha sido un arma eficaz pero infamante de la política pública contra los medios privados de comunicación, rasgo inequívoco y sostén de una democracia libre</i>

De manera invariable, se construye la figura de los medios como agentes que no callan las mentiras, abusos y corrupción del poder. En particular la prensa, aparece caracterizada como un “contrapoder independiente”, cuyos periodistas son “buscadores de la verdad” y trabajan “al servicio de la gente”. En contraposición, como se señaló previamente, con la figura del

gobierno autoritario que avasalla las libertades fundamentales, que busca “silenciar a la prensa” y cuya actuación aparece como la única y más fuerte amenaza que acecha las libertades de expresión y de prensa en el país. Así se completa el modelo estático de amigo-enemigo que referimos al inicio, y que está muy emplazado en las condiciones políticas del país en el momento en que se producen estos textos.

De acuerdo a los comentarios que hemos delineado, en este punto cabe agregar que la figura sobre los medios privados que construye el enunciador remite al concepto de “cuarto poder”. Esta categoría emergió durante el nacimiento del estado burgués europeo y en la actualidad continúa vigente y es ampliamente aceptada como modelo de actividad de los medios -naturaleza, rol, estatus, regulación, funciones- en las sociedades occidentales contemporáneas. Constituye el pilar fundamental de la teoría liberal de la prensa que valora los medios como las instituciones fiscalizadoras por excelencia de los poderes político y económico. Corresponde a aquello que en teoría política se conoce como *accountability vertical* del sistema político. Esta concepción, que es la que emplea el periódico en su relato auto referencial y para caracterizar a los restantes medios privados del país, asume que los mecanismos de auto regulación de la actividad periodística funcionan sin fisuras como condición suficiente que garantiza la calidad de los productos mediáticos.

Existe, sin embargo, una concepción distinta que cuestiona la práctica periodística en tanto actividad transparente, así como la supuesta efectividad de la auto regulación que reza en todos los manuales de estilo de la prensa latinoamericana. En este sentido, A. Suárez discute un tema preciso: la eficacia de las instancias, instituciones y mecanismos de auto regulación de la prensa, exponiendo los escasos avances que ha experimentado la región en esta materia. La autora afirma que la prensa latinoamericana no cultiva este mecanismo y vincula dicha ausencia con “la presión que recibe [la prensa] por parte de grupos políticos y económicos, y con la lenta consolidación de los derechos civiles” (Amado Suárez, 2008: 211).

En la misma línea, I. Ramonet se refiere al desgaste de los medios como dispositivos de denuncia y reclamo de los ciudadanos, que controlaba y cuestionaba el funcionamiento de los demás poderes. Según el autor, en los últimos 15 años, en el marco del aumento acelerado de los procesos de globalización, la relación de los términos se ha invertido y los medios

han ganado posiciones: “hoy se constituyen en instrumentos de influencia por encima de un buen número de poderes formales” (Ramonet, 1998: 11). En ese contexto, el carácter de “mercancía” de la información se impone sobre la misión fundamental de los medios que, siguiendo a Ramonet, sería “aclarar y enriquecer el debate democrático” (Ramonet, 1998: 11). Al respecto, señala:

La mundialización es también la mundialización de los medios de comunicación masiva, de la comunicación y de la información. Preocupados sobre todo por la preservación de su gigantismo, que los obliga a cortejar a los otros poderes, estos grandes grupos ya no se proponen, como objetivo cívico, ser un “cuarto poder” ni denunciar los abusos contra el derecho, ni corregir las disfunciones de la democracia para pulir y perfeccionar el sistema político. Tampoco desean ya erigirse en “cuarto poder” y, menos aun, actuar como un contrapoder. Si, llegado el caso, constituyeran un “cuarto poder”, éste se sumaría a los demás poderes existentes -político y económico- para aplastar a su turno, como poder suplementario, como poder mediático, a los ciudadanos (2003:8).

Asumiendo que en las democracias latinoamericanas actuales los medios ya no representan el cuarto poder, sino que se encuentran alejados de sus objetivos cívicos, Ramonet propone, en el marco de la búsqueda de una “ecología de la información”, la conformación de un “quinto poder ciudadano”, mediante la creación de observatorios de medios, para contrarrestar el poder de los grandes grupos mediáticos. En sus palabras:

La libertad de los medios de comunicación es sólo la extensión de la libertad colectiva de expresión, fundamento de la democracia. Como tal, no puede ser confiscada por un grupo de poderosos. Implica, por añadidura, una “responsabilidad social” y, en consecuencia, su ejercicio debe estar, en última instancia, bajo el control responsable de la sociedad (2003: 9).

Desde la perspectiva que hemos trazado, en el presente trabajo se sostiene que la práctica periodística muchas veces confronta con los pilares fundamentales de la teoría liberal de la prensa. Las nociones de objetividad,

defensa de la libre expresión y capacidad auto regulatoria, tal como están concebidas en la normatividad, muchas veces se caen. En lugar de ello, los medios constituyen instituciones de carácter complejo en las que se sitúan tensiones en una doble convergencia: por una parte, las tensiones entre el deber ser de la ética profesional y las exigencias de rentabilidad propias de toda empresa comercial. Por otra parte, las tensiones características de la heterogeneidad de posiciones y puntos de vista de los diferentes agentes involucrados en los procesos de producción informativa. Esta última visión sobre los medios, de carácter integral, ciertamente no aparece en el conjunto de la producción discursiva del diario sobre el tópico de la Ley.

Llegados a este punto, nos queremos referir a la dualidad, al desdoblamiento del modelo sobre los medios que se propone desde la discursividad que nos ocupa. La división entre medios privados y públicos emerge en la producción periodística del matutino toda vez que desde sus páginas se instala simbólicamente la diferenciación taxativa entre ambos términos, en un esquema en el que los últimos quedan definidos negativamente desde la carencia, desde la falta de atributos que sí poseen, según el enunciador, los medios privados. Analicemos los siguientes ejemplos:

Cuadro N° 21

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/PÁRRAFO
39	Tapa	15/09/2009	<i>El proyecto no regula a los medios públicos</i>
40	Opinión	11/12/2009	<i>Sería deseable medios públicos al servicio de la cultura y la educación, de los valores inmanentes de la sociedad y no entregados al poder de turno efímero y mezquino con visiones poco democráticas, intolerantes y sectarias</i>
41	Opinión	14/12/2009	<i>Al gobierno no le basta con ser dueño como ninguno antes en la historia, de varios medios televisivos, radiales y de prensa para difundir su ideología y hacer propaganda de sus proyectos políticos, y quiere también, con el proyecto de ley presentado, acallar los pensamientos que difieren y exponen el empobrecimiento de la población</i>

	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/PÁRRAFO
42	Editorial	1/07/2010	<i>Aquí, con dineros del pueblo, se usan los medios públicos como plataforma de campañas infamantes para apuntalar una idea retrógrada de condena y castigo a los medios que ejercen el periodismo libre. ¡Inaudito!</i>

Como puede verse, se trata de un tópico que aparece en el *corpus* de manera clara en los 3 períodos analizados. Ello puede leerse a la luz de un aspecto muy específico de la cultura periodística del país, que forma parte del núcleo duro de las condiciones de producción. En Ecuador, la tradición periodística históricamente ha estado marcada por la cultura de los medios tradicionales privados, que en muchos casos poseen vínculos estrechos con el sector empresarial. El caso más claro es el del grupo Pichincha, dueño del banco del mismo nombre, de la tarjeta de crédito Diners, del canal Teamazonas y de la empresa Dinediciones, que edita las revistas Mundo Diners (perteneciente a la AEDEP), SoHo, Gestión y Fucsia. El otro caso posiblemente más axiomático es el grupo Isaías, responsable de la quiebra de Filanbanco en 1998 y ex dueño de los canales Gamavisión, TC Televisión y Cable Noticias, que fueron incautados por la Agencia de Garantía de Depósitos del estado (AGD) en 2008¹¹², junto con otras 196 empresas más, con el fin de recuperar 661 millones de dólares malversados por los banqueros. Al respecto, el periodista e investigador Abad señala:

La tendencia dominante es aplicar a éstos [los medios públicos] los mismos criterios con los que se piensan y se evalúan los medios privados. Un modo de apreciación, a mi juicio, erróneo, puesto que el sistema de valores por los que se rigen los medios privados ha dado muestras irrefutables de caducidad, lo cual se expresa en el nivel de credibilidad de la ciudadanía otorga a estos medios. Entonces, la evaluación que hacen algunos medios privados respecto de los públicos resulta, por lo menos dudosa (2009: 7).

112 A mediados de 2008 el estado ecuatoriano incautó 3 canales de televisión, TC Televisión, Gamavisión (Gama TV) y CN3 (CN+), cuya propiedad le pertenecía al grupo Isaías. Desde entonces, dichos canales pasaron a manos del estado y quedaron definidos como recursos antes de convocar una subasta para venderlos. Su destino, hasta el momento en que se escribe esta investigación, está en suspenso.

A partir de 2007, como parte del proyecto político de gobierno, se ha iniciado un proceso inédito de creación de medios públicos estatales en Ecuador, que por su novedad y los desafíos que implicó en términos mediáticos y políticos, abrió enormes expectativas respecto de la construcción de una nueva agenda mediática que funcione de modo diferente a aquella que dominó tradicionalmente la cultura periodística nacional.

Los medios públicos en Ecuador

En el marco del proyecto político que puso a funcionar el gobierno de Alianza País desde 2007, Ecuador avanzó por primera vez en su historia en la creación de medios públicos estatales. Desde 2008 el país cuenta con 3 medios de comunicación que funcionan bajo dicho rótulo: el canal Ecuador TV, la emisora Radio Pública del Ecuador y el periódico El Telégrafo.

Ecuador TV constituye el primer canal del estado y, como señala Abad, es el único de los 3 medios que se inicia desde cero. Fue establecido a fines de 2007, al mismo tiempo que se instaló la Asamblea Constituyente¹¹³, de manera que las sesiones pudiesen ser transmitidas en vivo a todo el país. Desde las primeras transmisiones, el canal se ha convertido en una de las cadenas públicas de Ecuador. Radio Pública del Ecuador fue inaugurada por el gobierno en agosto de 2008, y tiene como antecedente la desaparecida Radio Nacional del Ecuador. Por último, el periódico El Telégrafo, fundado inicialmente en 1884, en su última etapa perteneció al banquero F. Aspiazu, quien lo adquirió en 1996. Luego, en 2002, pasó a manos del estado mediante una incautación realizada por la AGD. Finalmente, en marzo de 2008, fue inaugurado como medio público.

Llegados a este punto, es importante señalar que en particular la creación del primer periódico público, que aquí analizamos muy adicionalmente sin ánimos de exhaustividad, estuvo atravesada por una enorme controversia que se mantiene hasta el tercer trimestre de 2010. Su aparición ocurre en un momento de enorme tensión política entre el gobierno nacional y las fuerzas políticas y económicas tradicionales. Como apunta Abad:

113 La Asamblea Constituyente se instaló en Montecristi entre diciembre de 2007 y julio de 2008 para redactar una nueva Constitución.

Uno de los rasgos más notables del discurso de R. Correa es la confrontación con dos clases de instituciones a las que considera en crisis: los partidos políticos y los medios de comunicación tradicionales. Establece así una suerte de relación emocional con el grueso de la población, que mira en ello la expresión de su propia insatisfacción respecto de estas instituciones (2009: 6).

Si bien éste no ha sido el único motor, en parte la posición crítica tan marcada del ejecutivo contra los medios tradicionales ha sido un factor de peso que los colocó como agentes que en la mayoría de los casos construyeron una discursividad política confrontativa y sistemática con el proyecto político de Alianza País.

Con respecto a la experiencia de *El Telégrafo*¹¹⁴, si bien el tema excede ampliamente los objetivos y espacio de la presente investigación, hemos reconstruido muy brevemente su recorrido como medio público desde 2008 hasta el momento en que se escribe este trabajo, a partir de la triangulación del análisis del medio, el examen del material reciente que existe en el país sobre el tema y entrevistas mantenidas con ex colaboradores del proyecto.

Lo primero que se busca destacar es que las dificultades para llevar adelante y sostener el proyecto fueron muchas. Primero, el diario aún sostiene su producción en una infraestructura obsoleta heredada del antiguo periódico. A esta primera fuente de dificultades se agrega una segunda, situada, esta vez, en el plano de la formación profesional. En su corto recorrido el diario no logró sostener procesos formativos a periodistas bajo el concepto de periodismo público, que fueran distintos de la cultura periodística construida por décadas en los medios privados y de los cuales proviene la mayoría de periodistas que trabajan actualmente en el periódico. Tercero, el medio no logró consolidar una base social de apoyo al proyecto que incluyera a organizaciones sociales, colectivos de diversa índole, academia, etc. Luego, aparece una cuarta dificultad que tiene que ver con el aspecto jurídico, pues en términos legales el diario

114 Un análisis exhaustivo del primero año de vida del diario puede encontrarse en el Informe de investigación titulado *Comunicación y política: el surgimiento del periodismo público en el Ecuador. Caso El Telégrafo* (2009), del periodista e investigador Gustavo Abad.

no es público sino una corporación privada. Esa condición se mantuvo incluso luego de que el ejecutivo declarara su voluntad de que el estado se hiciera cargo del matutino.

Un aspecto que muestra que el estatuto legal del medio funcionó como un elemento problemático de peso, que posteriormente complicó el proyecto, es el cambio del eslogan “Primer diario público”, que existió durante la dirección del primer director R. Montoya, y que a partir del 1 de mayo de 2010 pasó a ser: “El decano de la prensa nacional”. De allí la necesidad e importancia de que la Asamblea Nacional sancione una Ley Orgánica de Comunicación que contemple un capítulo sobre medios públicos.

Con todo, luego de un año de trayectoria, coincidimos con Abad (2009) cuando señala que “*El Telégrafo* ha logrado proponer una agenda distinta y se ha constituido en una especie de 2° ‘alter ego’ de los medios privados tradicionales” (Abad, 2009: 25). No obstante, a las dificultades referidas enseguida se sumó, a principios de 2010, una creciente conflictividad en los vínculos con el gobierno nacional, quien ha mostrado signos evidentes de injerencia en su independencia editorial. Concretamente desde ese año, el gobierno ha venido modificando su actitud respecto al periódico mediante varias acciones: se entrometió en la propuesta editorial, acusó al director de ser responsable de un enorme déficit y propuso hacer un diario sustituto de carácter “popular”¹¹⁵ para lo cual se nombró como nuevo director al ex directivo de un periódico sensacionalista y de gran tirada en el país (diario Extra), sosteniendo que “El Telégrafo es un diario hecho por intelectuales que se leen entre ellos”¹¹⁶. Al respecto, conversamos con el ex editorialista J. Figueroa¹¹⁷, quien señala:

Se confundió la responsabilidad de la junta directiva con la propuesta editorial y conceptual y se midió la eficiencia de un

115 Nos referimos al “Periódico Popular” conocido como “PP”, cuya producción y distribución se inició los primeros días de septiembre de 2010, al momento en que se escribe esta investigación. Se trata de un diario formato tabloide a todo color de 16 páginas que incluye un suplemento de variedades.

116 La expresión fue empleada por el ejecutivo en una de las cadenas sabatinas a principios de 2010.

117 Entrevista realizada por la autora. Quito, Julio 2010. José Antonio Figueroa es Antropólogo. Colaboró en El Telégrafo como editorialista desde febrero de 2009 hasta los primeros meses de 2010.

medio que se suponía público con los mismos criterios con los que se evalúa un medio privado. Concretamente, el director, quien tenía un proyecto de construcción de diario público que se supone respondía a la petición que hizo R. Correa, fue acusado de ser responsable de un déficit de 6 millones de dólares. Esto suscitó varias reflexiones: el encargado de la administración financiera era un directorio que tiene la principal responsabilidad de manejar la empresa y no el director del periódico que maneja la parte conceptual junto a la subdirectora que en este caso dirigía la página editorial; el periódico se regalaba y se suponía que era una inversión del estado para mejorar la opinión pública nacional y no se le puede pedir el mismo nivel de rentabilidad de un medio privado. En todo caso, si debería producir rentabilidad no era a través de la venta sino de la publicidad, y esa es una actividad que responde más al directorio que al director periodístico (E4, 2010).

Entonces, ¿Cuáles fueron las derivaciones de esta crisis para *El Telégrafo*? La redacción quedó desguazada pues reemplazaron al director y luego renunció la vice directora y 26 columnistas de un grupo de 34¹¹⁸. Este ciclo marcó el punto de quiebre y posiblemente también el fin del proceso del diario como medio público estatal. Con respecto a la renuncia de los columnistas, Figueroa apunta:

Creo que hubo una ingenua reacción de los editorialistas que en vez de quedarnos a dar la pelea conceptual renunciarnos en bloque ante lo que venía sucediendo, y ante el hecho de que se censuraran unos editoriales que hacían referencia a la situación que se vivía en el periódico (E4, 2010).

Sobre este punto, distinta es la opinión del ex columnista y editor regional, Abad, quien dispara:

118 Si bien el número de columnistas a primera vista parece excesivo, en la práctica no todos los colaboradores escribían con la misma frecuencia. Algunos participaban cada semana, otros cada dos semanas, y otro número de columnistas cuando podían realmente. Gustavo Abad por ejemplo, con quien hemos conversado en sucesivas ocasiones, escribía cada dos semanas, alternando su espacio con el director del periódico. En ese sentido, se trataba de un tipo de participación distinta de aquel que se estila en los medios privados, donde en general funciona un grupo de columnistas fijo y homogéneo. Agradecemos a Gustavo Abad por los aportes que nos hizo en el marco de las sucesivas conversaciones personales e intercambios de e-mails.

Decidimos renunciar por la decisión gubernamental de irrespetar la independencia del diario público y por la certeza de que estaba en marcha un plan de aniquilamiento del periódico para favorecer el nacimiento de un diario de corte popular totalmente alineado con la propaganda oficial. La renuncia fue una toma de posición acorde con el concepto de periodismo público con el cual la mayoría estábamos de acuerdo. Quedarse habría sido guardar una silenciosa complicidad con el sector más oportunista y antiético de este gobierno¹¹⁹ (E5, 2010).

Y cierra:

El *Telégrafo*, Radio Pública y Ecuador TV son una experiencia inédita, que surgen como resultado de un proyecto político que, paradójicamente, también se ha encargado de distorsionarlos al incorporarlos a la maquinaria de propaganda oficial. La idea de consolidar una nueva manera de producción del relato periodístico en el Ecuador se quedó a medio camino (E5, 2010).

A modo de síntesis, puede decirse que la crisis condujo a una discusión pública inaudita en el país acerca del estatus de los medios estatales como agentes con autonomía económica e independencia editorial respecto al gobierno. Un tema fundamental, muy enraizado en la distinción entre lo público y lo gubernamental que, sin embargo, se incorporó en la discusión de la Ley de Comunicación de manera apenas marginal.

Estas son las condiciones en las que se inscribe la discursividad que nos ocupa y que caracteriza a los medios públicos como espacios que le dan “vía libre al presidente”. Una producción discursiva dominada por la figura de los medios estatales como agentes “controlados por el régimen” en los que el gobierno “dicta los contenidos”. Aquí vuelve a aparecer la figura del autoritarismo, la intolerancia del gobierno hacia las opiniones que no son afines y la figura de un agente que sistemáticamente buscar controlar las libertades de prensa y expresión.

119 Entrevista realizada por la autora. Quito, agosto de 2010. Gustavo Abad es periodista, investigador y docente asociado en la Universidad Andina Simón Bolívar y en Flacso (Sede Ecuador). Se desempeñó como columnista de *El Telégrafo* entre marzo de 2008 y marzo 2010, igualmente se desempeñó como editor regional en Quito desde diciembre de 2008 hasta mayo de 2009.

El contraste con *El Telégrafo* sobre este punto es interesante. Desde esta discursividad “pública” se refuerza la dicotomía que referimos -público vs. privado- pues se construye una representación que es el espejo de la discursividad de *El Comercio*¹²⁰. *El Telégrafo* le devuelve una imagen mimética a los medios privados en la medida que desde sus páginas se los concibe como medios que instituyen una “mordaza” sobre cuestiones fundamentales del debate de la Ley, que defienden “con mordazas, lo privado dentro de una concepción mercantil de la comunicación” (Pieza N° 43 Opinión 9/12/2009), que llevan adelante “una operación mediática sin precedentes” (Pieza N° 44 Editorial 9/12/2009), operando “una especie de protocolo que no acepta poner en cuestión las prácticas informativas y comunicacionales que una gran mayoría de medios impuso desde la filosofía dineraria” (Pieza N° 43 Opinión 9/12/2009).

El carácter prescindible de la Ley

Dentro de la caracterización fotográfica sobre el gobierno y sobre los medios se inscribe la configuración simbólica que el enunciador propone sobre la Ley Orgánica de Comunicación. De modo similar al diario *Clarín*, lo que predomina en la discursividad de *El Comercio* es un modelo interpretativo del carácter prescindible de la Ley, que apunta a decir fundamentalmente que los medios del país no necesitan regulación por parte del estado, y que las dos únicas regulaciones que se admiten son la auto regulación profesional y la regulación por parte de los ciudadanos, en ese orden. Dicho modelo asume mayor especificidad en contraste con *El Telégrafo*, pues este último desde sus páginas editoriales construye la necesidad de que Ecuador cuente con una nueva Ley que regule de modo efectivo la actividad de todos los medios de comunicación y que sirva “para separar las agendas públicas de las privadas” (Pieza N° 45 Opinión 9/12/2009). Tal modelo interpretativo de *El Comercio*, se compone de varios elementos que se explican a continuación.

120 Aquí no se trata de emitir juicios de valor sobre el rol que juegan uno y otro agente de la discursividad. Tampoco se trata de analizar en qué medida *El Telégrafo* cumple con su mandato de instituirse como medio público; este propósito sería objeto de una investigación completamente distinta. Lo que intentamos explicar, siguiendo nuestros objetivos, es cómo operan la construcción de sentidos, las tácticas discursivas y líneas isotópicas dominantes de *El Comercio*, y de allí el contraste metodológico con un periódico que es sustancialmente diferente, en términos de público objetivo, propuesta editorial y línea político-ideológica, como referimos en el Capítulo I.

Primero, la idea respecto a que la regulación estatal de la actividad de los medios no es necesaria porque la auto regulación funciona de manera eficiente y satisfactoria, pues, históricamente, los medios de comunicación del país disfrutaban de un importante grado de autonomía frente al estado, a los partidos políticos y frente a los grupos de presión. En ese sentido, la única regulación que el diario considera tolerable, además de la propia, es la de los ciudadanos, lo que se ha dado en llamar en los estudios sobre medios de los últimos 15 años aproximadamente, como “el quinto poder” (Ramonet, 2003). En la producción discursiva del periódico se hace énfasis explícito en la regulación de los contenidos de los medios privados. A diferencia de *Clarín*, donde el tópico está presente pero desde la ausencia pues no se dice mayor cosa al respecto, en *El Comercio*, en cambio, el tema se nombra, se expone, se cuestiona, y aparece como una regularidad del *corpus*. Incluso se establece la diferencia entre control y regulación. Los siguientes párrafos del cuadro N° 22 ilustran lo que acabamos de exponer, mostrando los contrastes con *El Telégrafo*.

Cuadro N° 22

	Diario	Sección	Fecha	Títulos
46	El Comercio	Opinión	15/10/2009	<i>El derecho a la libertad de expresión se ejerce y es protegido sin ninguna regulación</i>
47	El Telégrafo	Opinión	9/12/2009	<i>Sistema Mordaza</i>
48	El Comercio	Otras Voces	11/12/2009	<i>Entiendo que me volví un enemigo por haber expuesto mi posición favorable a la regulación. Y lo ratifico: esta actividad debe ser regulada. No controlada, y por el gobierno menos</i>
49	El Telégrafo	Editorial	9/12/2009	<i>Un debate democrático</i>

	Diario	Sección	Fecha	Títulos
50	El Comercio	Opinión	17/12/2009	<i>Si esta responsabilidad ya está en los códigos, ¿Para qué añadirla?</i>
51	El Comercio	Tapa	16/09/2009	<i>El control es el eje de la Ley de comunicación</i>
52	El Telégrafo	Opinión	15/09/2009	<i>De un solo polo</i>
53	El Comercio	Política	16/09/2009	<i>La ley de Panchana cerca a los medios</i>
54	El Telégrafo	Opinión	9/12/2009	<i>La moral del erizo</i>
55	El Comercio	Política	19/09/2009	<i>Contenidos: control vs. regulación</i>
56	El Comercio	Política	20/09/2009	<i>La rectificación, obligatoria o inmediata?</i>

(Ver además, en el Cuadro N° 17, la pieza N° 20)

Lo que el enunciador de *El Comercio* no narra es que en el ejercicio del periodismo ecuatoriano funcionan en efecto otras amenazas a las libertades de prensa y de expresión, que operan desde otros ámbitos que no tienen que ver únicamente con el gobierno. Un informe del Observatorio de Medios de la Universidad de las Américas de 2008¹²¹ expone los resultados de una encuesta realizada a 120 periodistas del país. Las respuestas cuestionan fuertemente la mirada que tiene el enunciador sobre el estado de las libertades de expresión y de prensa en Ecuador. Por ejemplo, en cuanto a los factores más importantes que atentan contra estas libertades, el 38% afirma que por temor a perder su trabajo ha tenido que sacrificar principios profesionales. En cuanto a las mayores amenazas hacia la libertad de prensa, el 78% señala que éstas provienen de grupos de poder, el 32% dice que provienen de los dueños y directores de medios, el 31% indica que proceden del gobierno y el 17 % expresa que dichas amenazas

121 El Informe De cómo viven y piensan la libertad de expresión y de prensa los periodistas ecuatorianos fue realizado por el Laboratorio de Medios de la Universidad de las Américas y dirigido por Fernando Checa Montúfar.

proviene de los anunciantes. Asimismo, para el 43% de los periodistas encuestados los intereses económicos de los dueños de su respectivo medio están por encima de la libertad de expresión, mientras que para el 35% los intereses políticos de los dueños y directores de sus medios están por encima de esa libertad.

Segundo, este esquema interpretativo que hemos denominado modelo de prescindencia de la Ley, que apunta a decir que la mejor regulación es la que no existe, se sostiene fuertemente en las formas que el enunciador emplea para nombrar la Ley: “ley mordaza”, “ley punitiva”, “ley para impedir la libertad de expresión de los ciudadanos”, “ley contraria a la libertad de expresión”, “ley para silenciar a la prensa no gobiernista”. Unas formas que en contraste con *El Telégrafo* adquieren mayor cuerpo pues este último, de modo regular, nombra la nueva normativa como “Ley de comunicación”, “propuesta de Ley” y “proyecto de Ley”, sin emplear “marcadores evaluativos axiológicos” (Kerbrat-Orecchioni, 1997). Más allá de las diferencias identificadas en “la superficie lingüística” (Pêcheux y Fuchs, 1975) de *El Comercio*, lo que nos interesa es que desde el punto de vista del objeto discursivo lo que predomina es la idea del control y la censura por parte del gobierno, la misma figura que hemos señalado antes sobre el agente gobierno que busca sancionar la ley para “controlar” y “acallar” las voces que no son afines al régimen.

A los ojos del enunciador, dicho control férreo se ejercería de dos formas: a) El manejo unilateral por parte del ejecutivo del Consejo de Comunicación e Información; b) La regulación de los contenidos de los medios que efectuaría la Ley. Con respecto al primer punto, que aparece desde el período de apertura, se trata de un aspecto del proyecto de Ley que ciertamente ha sido uno de los más controvertibles en los espacios mediáticos, así como uno de los más discutidos por la oposición política en la Comisión Ocasional de Comunicación, principalmente en lo que respecta a su conformación. Este aspecto fue constatado por la autora de la presente investigación a lo largo de las sucesivas observaciones que efectuó de las sesiones de esta Comisión durante los meses de marzo y abril de 2010 en la Asamblea Nacional.

En la construcción de la figura del control, la metáfora de la mordaza es la que se emplea con mayor insistencia, tanto en las noticias in-

formativas cuanto en los artículos de opinión. El enunciador hace uso de la función persuasiva de la metáfora para posicionarse sobre la Ley. Dicha función reside en que suministra “un juicio de valor concentrado” (Charbonnel, 1991: 5, citado en Charaudeau y Maingueneau, 2005). Ahora bien, si se entiende la mordaza como un instrumento que se utiliza para impedir el habla, y si se entiende el acto de amordazar como el de censurar el habla mediante coacción, lo que el enunciador construye, al señalar repetidamente que “la ley es como una mordaza”, es una metáfora planteada como una analogía concentrada, que cuanto más obvia se muestra, más significativa es su capacidad persuasiva. Las implicaciones políticas de dicha construcción son muy potentes pues, como señala Lamizet:

La censura constituye un límite absoluto de la semiótica de lo político, ya que la significación de los discursos y de las prácticas políticas deja de estar articulada libremente con las situaciones reales en las cuales estos se ejercen (Lamizet, 2002: 104).

Entonces, la pregunta que queda por hacer en este punto es: ¿Censura o mordaza para quién? La Ley se construye semánticamente como una mordaza para la libertad de expresión de la prensa y los periodistas del país, y también para la libre expresión de cualquier ciudadano que discrepe con el poder político. Aquí, como vimos, el formato de propaganda abierta en contra de la Ley funciona claramente en este sentido, al sugerir que la regulación del estado es una mordaza tanto hacia los ciudadanos como hacia los medios. Con todo, lo que predomina es una concepción restringida de la libertad de expresión. En este punto, el enunciador incurre en un equívoco pues entiende la libre expresión como patrimonio casi exclusivo de los medios de comunicación. La Ley se impulsa desde el ejecutivo entonces para “callar, someter y controlar la palabra”. ¿Y qué atributos posee esa palabra? ¿Y a quién le pertenece? Se trata de una palabra que denuncia, que quita el velo sobre lo oculto, que dice la verdad, concebida en singular. Se trata, en definitiva, de la censura de la palabra mediática, lo que muestra en parte que la defensa de la libre expresión detrás de la cual se embandera el enunciador constituye exclusivamente una auto defensa.

En el mismo sentido, y como ya mostramos en parte, se construye simbólicamente la idea de que el proyecto de Ley contradice las declaraciones de la revolución francesa y la declaración general de Naciones Unidas de 1948. También contradice, a los ojos del enunciador, la constitución que el mismo gobierno “fabricó maliciosamente”. En este punto, nuevamente, la propaganda juega un papel clave. Se trata de un aspecto fundamental que completa el esquema que construye el diario sobre el agente gobierno, como una dictadura disfrazada de democracia. Una línea semántica que tiene enormes implicaciones políticas ya que genera la idea expansiva del riesgo permanente, al sugerir que, en adelante, dadas las características del gobierno, se vulnerarán en el país otros derechos humanos. Las siguientes piezas ilustran la figura de la “mordaza” que emplea *El Comercio*, señalando los contrastes con algunas piezas de *El Telégrafo*.

Cuadro N° 23

	DIARIO	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
57	El Comercio	Política	12/09/2009	<i>La ley mordaza se exportó a Ecuador</i>
58	El Telégrafo	Opinión	15/09/2009	<i>Comunicación al debate</i>
59	El Comercio	Política	12/09/2009	<i>A la ley la llamamos mordaza y fue exportada a Ecuador, Bolivia y Argentina</i>
60	El Telégrafo	Tapa	10/12/2009	<i>Asamblea decidió aplazar el primer debate de la Ley de Comunicación</i>
61	El Comercio	Tapa	16/09/2009	<i>El control es el eje de la Ley de comunicación</i>
62	El Telégrafo	Información General	8/07/2010	<i>Buscan archivar la Ley de Comunicación</i>

	DIARIO	SECCIÓN	FECHA	TÍTULO/EXTRACTO
63	El Comercio	Política	19/09/2009	<i>No era de extrañarse que el gobierno decida presentar un proyecto de ley de comunicación que interprete la visión del presidente Rafael Correa sobre la prensa</i>
64	El Comercio	Opinión	14/12/2009	<i>Todos los gobiernos han recibido críticas incisivas de los medios, pero ninguno ha pretendido amordazarlos con una ley sancionadora</i>
65	El Comercio	Tapa	19/09/2009	<i>El polémico de la semana: Rolando Panchana busca cercar a la prensa</i>
66	El Comercio	Otras Voces	11/12/2009	<i>Mi derecho a opinar</i>
67	El Comercio	Opinión	23/06/2010	<i>Muchos se ponen una venda ante los ojos. Entre mordaza en la boca y venda en los ojos, no sé qué es peor. Yo creo que venda y mordaza se juntan</i>

Tercero, la Ley es prescindible porque es “polémica”. Para el enunciadore, la condición de lo polémico encierra una enorme valoración negativa. Así, la “incierto Ley de comunicación” (Pieza N° 68 Título Política 13/09/2009), el “Polémico proyecto de ley” (Pieza N° 69 Sub título Política 14/09/2009) o “La ley de comunicación genera disputas” (Pieza N° 70 Título Política 12/09/2009) aparecen como elementos contrarios al consenso, que se valora como un elemento positivo de la democracia *per se*. Este punto es muy importante pues perfila el modelo de democracia que construye el diario. Un modelo en el que no hay lugar para los disensos, que rechaza el litigio y los conflictos. Una idea muy cercana a la de un sistema que se auto regula.

Por último, desde las consideraciones que hemos delineado y para cerrar la descripción del modelo de prescindencia de la Ley, puede decirse que precisamente el punto de un gobierno poco democrático que impulsa una Ley que es polémica y que busca cercenar libertades fundamentales está en íntima relación con la construcción que realiza el enunciador sobre el contexto de sanción de la Ley, que se desarrolla seguidamente.

La regionalización del populismo

Hasta aquí hemos explicado los modos de construcción del carácter panóptico del gobierno de R. Correa y hemos delineado también la configuración simbólica negativa que realiza el enunciador sobre el populismo, como la expresión política más acabada del personalismo y las decisiones arbitrarias. Dicho de otro modo, como un dispositivo de ejercicio político abiertamente anti democrático. Pero hay algo más: la dirección que toma la discursividad de *El Comercio* se basa fuertemente en la simplificación de la complejidad que encierran los procesos políticos y culturales que se han venido gestando a nivel regional desde los primeros años del siglo XXI.

De modo regular, el diario construye la idea de que la génesis regional del populismo como fenómeno político anti democrático es Venezuela, y que desde allí se ha exportado y expandido a países como Ecuador, Bolivia, Nicaragua y Argentina, en una operación discursiva dominada por la figura de la analogía, en lo que ésta tiene de ilustración, ejemplo o prueba. Este *tropo* de la retórica clásica es empleado por el enunciador ya desde las primeras piezas que abordan el tema, para señalar a estos 4 países como claros antecedentes negativos del caso ecuatoriano. En una fórmula en la que Venezuela y Argentina aparecen como los casos de peso que marcan la ruta hacia la anti institucionalidad y los valores anti democráticos. Veamos estas dos construcciones por separado.

El antecedente de Venezuela

Muy vinculado al tema del control y la censura que explicamos previamente, aparece la analogía recurrente con el proceso político de los últimos 10 años en Venezuela, para decir que este país encarna el ejemplo más vivo de lo que podría suceder en Ecuador en términos de libertad de expresión,

de ser aprobada la Ley Orgánica de Comunicación. Las siguientes frases ilustran dicha analogía:

- “A la ley la llamamos mordaza y fue exportada a Ecuador, Bolivia y Argentina” (Ver pieza N° 59).
- “La asociación internacional de radiodifusión expresó su preocupación frente a la propuesta del asambleísta Rolando Panchana, por su parecido con legislaciones en Argentina y Venezuela” (corresponde a pieza N° 59).
- “Los caudillos populistas son iguales en todas partes” (corresponde a pieza N° 32).

El enunciador se refiere repetidamente a la sanción de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004) y al cierre de Radio Caracas TV (2006) por parte del gobierno venezolano. Dos temas medulares que emergen como parte de las condiciones de producción. Lo que se plantea de modo regular en los artículos de opinión y en las caricaturas, es que ambas experiencias venezolanas, que se construyen simbólicamente de modo negativo mediante el empleo muy marcado de axiologías, constituyen una referencia altamente negativa sobre el trato del gobierno de ese país hacia los medios de comunicación, que ilustraría de manera acabada el futuro cercano de Ecuador. En una arquitectura discursiva donde los operadores “peligro” y “riesgo” se emplean insistentemente, planteando un esquema interpretativo semejante al que propone la discursividad de *Clarín* sobre la Ley argentina. A continuación, analizamos brevemente estos dos elementos clave que están en el corazón de las condiciones de producción de los discursos de *El Comercio* sobre la Ley ecuatoriana.

Venezuela: la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004) y el cierre de radio Caracas tv (2006)

Una de las referencias regionales legislativas sobre medios más claras, y posiblemente también una de las más polémicas -por diferentes motivos- lo constituye la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión de Venezuela, sancionada en diciembre de 2004 y conocida por sus siglas

como Ley RESORTE¹²². Numerosos estudios coinciden en señalar las complicadas condiciones políticas que fueron la antesala del surgimiento del ante proyecto de Ley en ese país. La marcada polarización entre los seguidores del proyecto político del presidente H. Chávez por una parte, y sus detractores por otra, así como el creciente enfrentamiento público entre el gobierno nacional y los medios privados, constituyen las características fundamentales del contexto político venezolano del período 2002-2004, que propició las condiciones para el debate y posterior sanción de la Ley RESORTE (Ramírez, 2007; Morales y González, 2005).

El año 2002 constituyó un momento político clave para la historia venezolana contemporánea dado que ese año se sucedieron una serie de acontecimientos que marcaron fuertemente el contexto de enorme polarización política. Primeramente, en febrero, el presidente despidió a los principales funcionarios de Petróleos de Venezuela S.A (PDVSA), para reemplazarlos por gerentes afines al proyecto de gobierno. Luego, en abril, un golpe de Estado asaltó al gobierno durante tres días: una fracción militar, junto con las fuerzas políticas de oposición, colocó al jefe de la patronal Fedecámaras (el organismo que agrupa a las asociaciones de comercio y producción de Venezuela) al frente del Ejecutivo. Sobre este punto, existe un consenso interpretativo entre un gran número de investigadores de la región, que han señalado la activa participación de los medios de comunicación privados, en particular ciertos canales de televisión, como agentes que apoyaron abiertamente el proceso antidemocrático. Algunos investigadores, incluso lo han denominado como un “golpe mediático”.

El Ejecutivo en funciones por 72 horas, derogó muchas de las leyes que habían sido aprobadas en el Parlamento con poco margen legislativo. Un dato central es que dejó sin funciones la Constitución, que había sido aprobada en 1999, luego del referéndum popular, volviendo así a la antigua Carta Magna de 1961. Finalmente, luego de tres días de

122 Cabe decir que previamente a la sanción de la Ley RESORTE, la legislación en materia de radio y televisión en Venezuela se basaba en una Ley de 1940. Recién 30 años más tarde, en 1972, se aprobó el primer reglamento de regulación de contenidos televisivos. Luego, en 1974, se llevó adelante el proyecto RATELVE, que proponía alternativas de uso y propiedad de los medios en ese país. Gran parte de la literatura sobre el tema coincide en señalar que la iniciativa no se pudo llevar a término, debido a la presión en contra ejercida por los propietarios de los medios, en alianza con grupos políticos en el poder.

incertidumbre política y en medio de una guerra mediática de informaciones y datos cruzados (incluso sobre el paradero de Chávez), los seguidores del gobierno, apoyados por grupos del ejército, impulsaron la liberación y posterior restitución del presidente.

Otro episodio político medular se desarrolló en diciembre del mismo año. Una gran huelga organizada por todos los sectores de la oposición, a la que se unió el sector petrolero, paralizó la economía venezolana. El objetivo era forzar la celebración de un referéndum revocatorio, con la idea de llamar a elecciones anticipadas. Finalmente, éste se llevó a cabo y sirvió para que Chávez se reafirmara al frente del gobierno nacional¹²³. Este es, *grosso modo*, el cuadro político general en el que el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) presentó el ante proyecto de Ley referido en el Parlamento Nacional en enero de 2003, que fue aprobado recién en diciembre de 2004. Si bien una cronología detallada de los acontecimientos políticos de 2002 excede el espacio y los objetivos del presente trabajo, cabe decir que estos eventos fueron muy polémicos y propiciaron puntos de vista muy disímiles al respecto.

Como punto fundamental, la Ley RESORTE considera el espectro radioeléctrico como un bien de dominio público. En términos generales, la normativa tiene por objeto establecer la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión en todo el territorio nacional y legislar en cuanto a contenidos audiovisuales, en materia de publicidad y propaganda, sobre la organización y participación ciudadana con respecto a los contenidos de los medios, y en cuanto a estímulos para la producción nacional audiovisual. Su sanción ha constituido un avance en la legislación regional en términos por ejemplo, del fuerte estímulo que ofrece a la producción nacional audiovisual, la defensa de los derechos de los niños y los adolescentes y en cuanto a los canales que habilita para que la ciudadanía se involucre en procesos de veeduría y control de los contenidos de los medios. Sin embargo, artículos específicos de la legislación han sido objeto de enormes controversias políticas: la oposición política afirmó sistemáticamente que la Ley ha sido un instrumento para ampliar el control de las transmisiones

123 Chávez obtuvo 59, 25% a favor de la continuidad en el gobierno, contra el 40, 74%.

audiovisuales y acusa al gobierno de restringir la libertad de expresión, incluso por debajo de los estándares internacionales tolerados.

Más allá de las posiciones políticas y los intereses específicos que persigue cada grupo, lo cierto es que revisando los 35 artículos de la Ley quedan dudas sobre algunos puntos concretos que, tal como están redactados, por su ambigüedad, eventualmente podrían ser aplicados de manera arbitraria. Tal es el caso del régimen sancionatorio, que en el art. 28, inciso m, prevé sanciones con multa desde cero coma cinco por ciento hasta uno por ciento de los ingresos brutos causados en el ejercicio fiscal inmediatamente anterior a aquél en el cual se cometió la infracción, cuando: el medio “Interfiera los mensajes y alocuciones del Estado, infringiendo lo previsto en el artículo 10 de esta Ley”. También el art. 29, numeral 1, que se refiere al régimen de suspensión genera dudas. Este artículo estipula que los prestadores de servicios de radio y televisión serán sancionados con suspensión hasta por setenta y dos horas continuas, cuando los mensajes difundidos: “promuevan, hagan apología o inciten a la guerra; promuevan, hagan apología o inciten a alteraciones del orden público; promuevan, hagan apología o inciten al delito; sean discriminatorios; promuevan la intolerancia religiosa; sean contrarios a la seguridad de la Nación; sean anónimos; o cuando los prestadores de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción hayan sido sancionados en dos oportunidades, dentro de los tres años siguientes a la fecha de la imposición de la primera de las sanciones”.

Lo interesante de la Ley es que si bien no legisla sobre la propiedad de los medios -uno de los temas más discutidos recientemente a nivel regional en las legislaciones sobre industrias culturales-, no obstante ha suscitado resistencias muy fuertes por parte de los dueños y directivos de los medios (Morales Aldana y González Urdaneta, 2005). Entonces, este breve análisis de la Ley RESORTE deja ver al menos dos elementos fundamentales: en primer lugar, que Venezuela no ha sido la excepción en cuanto a la gran ausencia de Políticas Nacionales de Comunicación que han sufrido la mayoría de los países de la región en los últimos 30 años. Segundo, confirma la enorme trama de intereses que encierra este tema, más allá de la fórmula normativa o los despliegues retóricos.

Con respecto al cierre de Radio Caracas Televisión (RCTV), lo que se busca destacar aquí es que la complicada situación política que

vivió el país en 2002 tuvo un corolario empresarial y mediático no menos polémico cinco años más tarde, en 2007. En mayo de ese año, el gobierno nacional decidió no renovar la concesión a la compañía privada Radio Caracas Televisión (RCTV) argumentando que se trataba de un “retiro de la concesión”, potestad que tiene el Ejecutivo nacional bajo la Ley de Telecomunicaciones. RCTV constituía el canal privado más antiguo de Venezuela (ha tenido la concesión del canal de televisión por 53 años) y el de mayor audiencia.

Durante la presidencia de Chávez, ha sostenido una política editorial muy crítica hacia el gobierno, quien al momento de renovación de la licencia acusó a la cadena precisamente de haber sido uno de los medios que participó activamente en el golpe de 2002¹²⁴. En consecuencia, decidió no renovar la concesión y en su lugar, se incorporó la Televisora Venezolana Social (TEVES), creada por el gobierno venezolano para ocupar esa banda, con una programación que se ofrece como de servicio público. Una reflexión exhaustiva sobre este punto excede el espacio del presente trabajo, empero, cabe decir brevemente que el tema ha sido muy polémico a nivel regional e internacional y ha generado opiniones polarizadas, incluso de representantes diplomáticos de países europeos y del Secretario General de la OEA, entre otros.

La construcción del arquetipo del populismo

Para el enunciador de la discursividad que nos ocupa no caben dudas. La Ley RESORTE es “restrictiva y condenatoria”, y el gobierno de Chávez “persigue a los medios y los sataniza”, porque busca “controlar la opinión pública”, mediante la “censura” y la “autocensura” periodísticas. Y Ecuador, bajo la conducción de Correa, invariablemente va en la misma dirección.

Dentro de esta línea isotópica que hemos denominado regionalización del populismo, aparece la figura del “Periodismo del siglo XXI”, una expresión que emplea el enunciador parafraseando el “Socialismo del

124 Un interesante material documental sobre el papel de los medios privados durante el golpe de Estado de 2002 es *La Revolución no será televisada* (2003) (Chávez: *Inside the Coup*, en el original inglés). El documental avala la tesis del Golpe de Estado, y la idea de que el golpe fue llevado a cabo por un sector de la derecha venezolana, en clara connivencia con los medios de comunicación privados. Según algunos críticos, miembros de la oposición política, el documental omite importantes eventos de esos días, como la supuesta renuncia del presidente Chávez.

Siglo XXI". Este último alude a un concepto que aparece en la escena mundial en 1996, a través de Heinz Dieterich Steffan, y luego adquiere amplia difusión desde que fue mencionado en un discurso en 2005 por el presidente H. Chávez en el V Foro Social Mundial. Remite a un modelo de estado socialista, con fuertes referencias conceptuales directas a la filosofía y la economía marxista, pero supone una resignificación de ésta a partir del fortalecimiento del poder estatal y una actualización basada en la experiencia contemporánea de algunos países latinoamericanos como Venezuela, Ecuador y Bolivia.

Por ejemplo, en la edición del 16 de diciembre de 2009, la caricatura principal (Pieza N° 71) muestra a R. Correa sentado sobre una serpiente tratando de domarla amenazándola con una tijera. El título, "El periodismo del siglo XXI", tiene que ver con los vínculos políticos regionales y apunta a señalar dos cuestiones: a) que los medios de comunicación privados se instituyen como los enemigos principales de estos gobiernos regionales; b) que el objetivo primordial compartido por estos gobiernos es "amordazarlos" y "controlarlos" para que en el corto plazo la prensa independiente "muera". Con ese fin, a los ojos del enunciador, se sancionan leyes con componentes anti democráticos que contradicen las libertades de expresión y de prensa.

En esta misma operación discursiva se crea el arquetipo del populismo¹²⁵. Se trata de la construcción de un prototipo puro, un modelo por razón de un "discurso instituyente" (Maingueneau y Cossutta, 1995, citado en Charaudeau y Maingueneau, 2005). Esta categoría alude a "un conjunto de discursos que sirven en cierto modo de garantes de otros discursos" (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 122). Siguiendo a los autores, diremos que la hipótesis de base de esta categoría es que la posición que ocupan las propiedades textuales y enunciativas de este discurso dentro del interdiscurso implica que hay otros discursos que comparten cierta cantidad de invariantes enunciativos. En tal sentido, empleamos esta noción para explicar los modos mediante los cuales el enunciador configura

125 El significante designa un modelo de ideas o conocimiento del cual se derivan otros tantos para modelar los pensamientos y actitudes propias de cada individuo, de cada conjunto, de cada sociedad, incluso de cada sistema. En la filosofía de Platón expresa las formas sustanciales (eternas y perfectas) de las cosas que existen eternamente en el pensamiento divino.

la idea de que las formas de ejercer la política en la región tienen su génesis en Chávez, quien instituye y funda una suerte de manual del buen comportamiento del político populista. Dicho de otro modo: se trata de discursos tipificados con arreglo a fines, siempre en el sentido que hemos planteado a lo largo de la presente investigación, sobre cómo manejar los vínculos con los medios de comunicación, que seguirían al pie de la letra los presidentes Morales (Bolivia), Ortega (Nicaragua) y Correa (Ecuador) y Fernández (Argentina).

Toda vez que el enunciador propone fórmulas como: “En Venezuela puedo decir lo que quiera, pero a un alto riesgo, al riesgo de que me invadan el canal y nos caigan a palo y a bombazos. El presidente Chávez cuando le hacen una pregunta inconveniente, insulta al periodista, al igual que lo hace el presidente Correa. Está repitiendo el modelo”; o bien “A las cadenas y encuentros populares transmitidos por televisión e imitados en otros países, se ha sumado a una legislación que cada vez regula más y teje un férreo control”, lo que está construyendo es la imagen de Correa como un producto político y mediático que en parte constituye el resultado de la estrategia de un “proponente” que es Chávez. Así, en la lectura del contexto regional, Correa queda definido como un agente que responde política y éticamente a Venezuela, como un “opponente” que posee una agencialidad baja o limitada. Las categorías de proponente y oponente designan los dos roles fundamentales del intercambio argumentativo dialéctico. El primero emite una proposición que el oponente rechaza, poniendo entonces al proponente en la obligación de defenderla (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 469).

Aquí lo que funciona es una operación de deshistorización de los procesos políticos contemporáneos propios de Ecuador, que construye en parte la historia política y electoral del país, como si el agente Correa hubiera aparecido por generación espontánea o bien por puro deseo de Chávez.

El antecedente de Argentina

Con la mirada puesta en el sur del continente, el enunciador le dedica un espacio considerable en sus artículos de opinión y editoriales a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, y en particular a los vínculos de enfrentamiento que el gobierno de ese país y el

multimedios *Clarín* mantienen desde 2008, y que hemos puntualizado en el capítulo anterior. Este punto que *El Comercio* aborda con especial énfasis constituye un aspecto central de nuestro análisis pues está en el corazón de nuestro objeto de estudio.

Ya durante el mes de setiembre, el diario presenta una secuencia de piezas sobre estos dos temas, que incluye varias editoriales. El tratamiento periodístico que despliega constituye una férrea defensa de la prensa libre que, siguiendo al enunciador, está siendo azotada por los “gobiernos populistas de la región”. Se nombra al gobierno argentino sistemáticamente como “el matrimonio Kirchner” que “hostiga y acosa al diario *Clarín* por ser independiente y no plegarse al gobierno”. El siguiente párrafo ilustra de manera categórica lo que estamos exponiendo:

Signo de los tiempos son los atropellos del gobierno argentino a uno de los diarios insignia de América Latina. El *Clarín* de Buenos Aires, acosado en respuesta a su firme defensa de los valores democráticos, a su posición crítica frente al poder, agredido por la manifiesta independencia de su línea editorial. Signo de los tiempos y sintonía de la más vieja enfermedad política del continente: el autoritarismo de dinastías políticas que llegan para quedarse, de matrimonios que al estilo de la pareja Kirchner, o de la inefable de Perón y Evita, se sugestionan de que tienen la verdad revelada y la pócima de la salvación colectiva, cuando la verdad es que poseen el secreto del subdesarrollo (Pieza N° 72 Opinión 14/09/2009).

En este punto, nuevamente, opera el esquema fijo de amigo-enemigo que describimos previamente donde no cabe espacio para la consideración de posiciones intermedias en la caracterización de los agentes y sus vínculos. No se imagina si quiera que los vínculos entre los agentes del sistema político son relaciones de fuerza situadas y por tanto relaciones de doble vínculo en las que el sentido del juego es contingente y variable.

Cuadro N° 24

	SECCIÓN	FECHA	PIEZAS DE EL COMERCIO SOBRE CLARÍN Y SUS VÍNCULOS CON EL GOBIERNO ARGENTINO
73	Tapa	12/09/2009	<i>Críticas a la inspección fiscal en Clarín</i>
74	Tapa	12/09/2009	<i>La SIP calificó de "intimidatorio" el operativo del jueves en el grupo multimedios</i>
75	Opinión	14/09/2009	<i>La prensa libre es la conciencia incómoda del poder. Es la piedra en el zapato de los elegidos. Es el testigo que registra, la memoria que queda</i>
76	Editorial	15/09/2009	<i>Peligrosos signos de intolerancia</i>
''	Editorial	15/09/2009	<i>La masiva incursión de agentes tributarios a la sede de un diario argentino muestra el grado de beligerancia del poder político contra la prensa</i>
77	Opinión		<i>Los Kirchner en Argentina lo acaban de hacer, hasta de madrugada, en un senado que obedece y no delibera!</i>
78	Editorial	15/09/2009	<i>Esa cadena de hechos no hace sino confirmar que a cierto poder político le disgusta la prensa no alineada y que está dispuesto a usar, de manera poco ética, toda su fuerza para silenciar a quienes no le hacen la venia</i>
79	Política	26/08/2010	<i>El informe sobre Papel Prensa es cuestionado por un testigo</i>
80	Editorial	28/08/2010	<i>Ahora van por clarín y la nación</i>
''	Editorial	28/08/2010	<i>La guerra de largo aliento que lleva adelante el gobierno populista de la Argentina contra los medios que han sido críticos con la gestión de los esposos Kirchner se ha profundizado en los últimos días. Los hechos en Argentina ratifican que la libertad de expresión sigue bajo ataque en la región</i>

Como vemos, ya desde las primeras piezas que abordan el tema, la "interdiscursividad" con el diario *Clarín* y el caso de la Ley argentina es cla-

ra. Aquí empleamos la categoría de “interdiscurso” para referir al conjunto de unidades discursivas con las cuales un discurso particular entra en relación implícita o explícita. Como vemos en el cuadro N° 24, en la portada de la edición del 12 de septiembre, en recuadro, *El Comercio* titula: “Críticas a la inspección fiscal en Clarín” (Título). “ARGENTINA. La SIP calificó de ‘intimidatorio’ el operativo del jueves en el grupo multimedios” (Bajada). Luego, dos días más tarde, el diario le dedica un artículo de opinión al mismo tema titulado “Periódicos” (corresponde a pieza N° 75), en el que sostiene que “la prensa libre es la conciencia incómoda del poder. Es la piedra en el zapato de los elegidos. Es el testigo que registra, la memoria que queda”.

Enseguida, el diario le dedica otra editorial al tema el martes 15 de septiembre, justo un día antes de que en Argentina el proyecto de Ley obtuviera media sanción en la Cámara de Diputados. En dicho editorial, titulada muy sugestivamente “Peligrosos signos de intolerancia” (corresponde a pieza N° 76), el matutino se refiere largamente a un evento muy específico del contexto argentino, el operativo de inspección tributaria que la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) realizó en las instalaciones del diario *Clarín* por esos días. El enunciador valora esta acción como “un acto que rebasa toda lógica de control” y un “gigantesco operativo por parte del gobierno”. Luego, enlaza en términos de causa-efecto este episodio de “hostigamiento”, con el envío de la Ley 26.522 a la Cámara de Diputados de ese país. De manera convergente con un comunicado de prensa de la SIP de esos días, este editorial sostiene:

Dicho hostigamiento se conecta con el envío al congreso de un polémico proyecto de ley de medios audiovisuales, que el Gobierno intenta sea aprobado sin debate parlamentario ni socialización pública porque en pocas semanas más se renovará el Congreso y el oficialismo, según los resultados de las recientes elecciones legislativas, ya no tendrá mayoría.

Además, puede decirse que el tratamiento del tema argentino que efectúa el enunciador tergiversa los datos, al sostener que el gobierno de ese país quiere aprobar la Ley “sin debate” y “sin socializar el proyecto”. Como hemos explicado en el Capítulo anterior, la discusión de la Ley de Servicios

de Comunicación Audiovisual se ha desarrollado en Argentina desde 2004 adelantada por la actuación de diferentes organismos de la sociedad civil. Así lo explican los siguientes testimonios, del libro *Voces. Propuestas y debates hacia una nueva ley de medios* (2009). La periodista Lidia Fagale¹²⁶ sostiene:

Los sectores sociales, desde 1983 hasta la fecha, venimos bregando por una comunicación más democrática y una de las herramientas es una nueva Ley de Radiodifusión que remplace a la de la dictadura militar [...] Poner en debate un instrumento como la Ley de Radiodifusión ha permitido instalar más masivamente el tema.

Sobre el mismo punto, la investigadora y docente María Cristina Mata¹²⁷, señala:

El proyecto puede leerse como una decisión de avanzar hacia mejores condiciones de construcción de la vida en común que venían siendo reclamadas por diversos sectores. Y no sólo me refiero a la labor que hace tiempo comenzó a desarrollar la Coalición por una Radiodifusión democrática y que durante 2008 alcanzó una considerable visibilidad pública, sino a movimientos más imperceptibles -porque justamente no encuentran cómo expresarse en los medios concentrados- pero que pueden entrecruzarse en el accionar de muchas organizaciones sociales que han reconocido el valor de la información para la defensa de sus derechos, en el accionar de muchos sindicatos de trabajadores del sector comunicación que han excedido largamente sus prácticas reivindicativas para constituirse en agentes de una comunicación plural.

126 Lidia Fagale es periodista y Secretaria General Adjunta de la Unión de Trabajadores. Además coordina desde 2002 el Observatorio de Medios, Político, Social y Cultural de Medios de la misma organización. Extracto de entrevista del libro *Voces. Propuestas y debates hacia una nueva ley de medios* (2009), coordinado por Luis Pablo Giniger y editado por el Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini. Buenos Aires.

127 María Cristina Mata es investigadora y autora de varios libros y artículos sobre temas vinculados a la comunicación social. Es docente y Directora de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, Universidad Nacional de Córdoba. Extracto de entrevista del libro *Voces. Propuestas y debates hacia una nueva ley de medios* (2009), coordinado por Luis Pablo Giniger y editado por el Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini. Buenos Aires.

Entonces, más allá de las críticas que efectivamente se le pueden hacer al gobierno argentino y al ejecutivo en particular sobre los modos de ejercer el poder, que ciertamente es cuestionable desde el punto de vista de la institucionalidad por ejemplo, lo que opera en la construcción discursiva de *El Comercio* sobre este tema especialmente, de un modo muy similar a lo que propone *Clarín*, es el borramiento de la historia del proceso de discusión y creación de la Ley argentina. Esta constituye otra de las tácticas discursivas que aparecen como un invariante del *corpus*. La operación es clara. Anula por completo el debate realizado en las Cámaras de Diputados y Senadores y la enorme trayectoria de debate público que ha existido en Argentina sobre el tema en los últimos años. Un aspecto que ciertamente aparece muy ligado a la noción de anti institucionalidad que construye el diario *Clarín*.

Aquí ya se van perfilando algunos puntos de contacto y convergencia entre ambas discursividades. En este borramiento de la historia del proceso de discusión de la Ley argentina lo que domina a nivel simbólico en *El Comercio* es la idea de que, dados los antecedentes regionales tan negativos de Argentina y Venezuela, y dadas las similitudes del agente Correa con estos gobiernos “autoritarios y populistas”, resulta inminente que en Ecuador se dé un estado de cosas similar.

Por último, otro componente importante del modelo de regionalización del populismo que propone el enunciador tiene que ver con los contrastes. Repetidamente se propone la comparación de los gobiernos regionales “populistas y autoritarios” con un término opuesto, integrado por otros dos países del cono sur, Uruguay y Chile. En relación a Uruguay, el enunciador sostiene que la Ley de Comunicaciones sancionada en ese país es “muy moderna” pues “en ninguna parte de esa legislación se utilizan los esotéricos adjetivos de que la información deba ser veraz y verificada y mucho menos se establecen Consejos Políticos de juzgamiento de los contenidos que contrarían los elementales principios de la libertad de expresión” (Pieza N° 81 Opinión 17/09/2009). Por ejemplo, el 17 de septiembre en el artículo titulado “La ley uruguaya”, aparece como un destacado la siguiente frase: “Tenemos derecho a informarnos así no vivamos en Montevideo, Punta del Este o Colonia del Sacramento” (Pieza N° 82 Opinión 17/09/2009). También aparece la antítesis construida a partir

de la exposición del caso de Chile y las recientes elecciones en las que S. Piñera del partido Renovación Nacional obtuvo la presidencia en mayo de 2010. En las páginas de opinión del diario se construye fuertemente tal comparación: “Esa nación es un contraste para los países idiotizados por mesías que solo aspiran al juicio final” (Pieza N° 83 Opinión 17/12/2009). Este último elemento completa el modelo interpretativo que denominamos “regionalización del populismo”, que implica una operación de contagio del entorno regional de los vínculos prensa- poder político dominada por la imagen dicotómica entre gobiernos regionales vs. prensa libre, no alineada con el poder.

Cierre de Capítulo

Hasta aquí dejamos la diégesis, el universo de sentidos que propone el enunciador sobre el tópico de la Ley Orgánica de Comunicación, para entrar de lleno en la definición de la estrategia discursiva general que se propone sobre el tema.

Sabemos desde hace tiempo que el universo diegético es construido simbólicamente a través de la “cooperación interpretativa del lector” (Eco, 1987), y sabemos también que los vínculos entre la prensa y sus lectores siempre son de carácter complejo y que por tanto un discurso produce siempre y necesariamente “un campo de efectos de sentido” (Verón, 2004: 172). No obstante, la “dirección discursiva” (Fabbri y Marcarino, 2002: 20) que se configura en la producción del diario, y que va *in crescendo* en el *corpus*, conforma una estrategia amplia que denominamos “contaminación del ecosistema de la información”.

Se trata de una estrategia general que, a pesar del mecanismo de compensación relativa del contrato de lectura que intenta el enunciador, lo que produce en definitiva es una alteración progresiva de ese contrato. En tal sentido, es un mecanismo que en el marco de las potentes regularidades del *corpus* está destinado a ser parcial. La ruptura del contrato se produce fundamentalmente porque al incluir categóricamente propaganda en lugar de información y al construir imágenes absolutamente dicotómicas que rozan en muchos casos el inverosímil, el enunciador pone a funcionar una jugada riesgosa que termina por quebrarlo. Y el sesgo de sus componentes en términos de tácticas y de sentidos propuestos es muy grande.

CONSIDERACIONES FINALES

*El discurso no es simplemente aquello que traduce
las luchas o los sistemas de dominación, sino
aquello por lo que, y por medio de lo cual se
lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse.*
Michael Foucault

Como en todo proceso de constitución y reconstitución de totalidades discursivas, y dado que “es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social” (Verón, 1998: 127), el proceso de producción de sentido forma parte del *continuum* de la semiosis social y por tanto permanece produciendo sentidos y efectos posibles. Con todo, en el marco del presente trabajo, metodológicamente, es necesario dar punto final. A continuación, delineamos algunas consideraciones finales, intentando articular de modo sistemático todo lo dicho hasta aquí.

Hasta este momento, hemos avanzado una explicación de los “modos de comportamiento del sentido” (Verón, 1998: 127) que son regulares y dominantes en las construcciones discursivas de *Clarín* y *El Comercio* sobre el tópico de las nuevas políticas de medios en los respectivos países, mostrando las especificidades propias de cada discursividad y algunas de las similitudes que fueron emergiendo en el camino. Hemos discutido asimismo la centralidad de tales discursos en la construcción de la agenda

pública, teniendo en cuenta el protagonismo que ambos diarios detentan en el mapa mediático de cada país. Un aspecto sin duda clave, que los coloca como agentes con una discursividad política medular a la hora de marcar los temas que son considerados como más relevantes y de actualidad en cada país, rasgo que señala su capacidad de incidencia en la agenda política y legislativa de los gobiernos nacionales y las diferentes fuerzas opositoras.

Hemos procurado también delinear las condiciones políticas de emergencia de tales discursos, subrayando el creciente enfrentamiento entre las construcciones discursivas de los medios y las apuestas que por su parte han hecho ambos gobiernos en el período de análisis. Teniendo muy presente este mapa, a continuación siguiendo nuestro marco teórico, tratamos de articular de modo sintético las siguientes reflexiones.

El análisis de las propuestas discursivas de los gobiernos argentino y ecuatoriano en el período estudiado, deja ver que se produce una suerte de pasaje/desplazamiento hacia un discurso en el cual la iniciativa política, adquiere un peso relativo mayor en relación, por ejemplo, a la dimensión economicista. Este pasaje que se advierte como convergencia en el discurso de los dos gobiernos -el argentino y el ecuatoriano- implica un abandono de la concepción según la cual los procesos económicos siguen ciclos naturales y la política debe mantenerse al margen. Constituye un “dejar atrás” unas formas específicas de “administración” de lo público y también una “hermenéutica de lo público”; es decir, de las formas mediante las cuales se comprende lo público en estos dos países.

Se trata de la emergencia de totalidades discursivas que, de modo similar, desafían la hegemonía política neoliberal, en particular la democracia procedimental y la legitimidad de una sociedad regulada por los fundamentos incuestionables del mercado. En ese marco, dicho desplazamiento de sentido impugna/objeta el imaginario liberal sobre los medios de comunicación: su rol, su estatus, sus mecanismos de regulación, su agencialidad política, su mundo axiológico.

En el caso de Argentina, lo que se esboza desde el discurso de gobierno es una ruptura con dos momentos históricos que son claramente muy distintos pero que están conectados entre sí. En primer lugar, se plantea el quiebre definitivo, luego de 29 años de recuperación de la de-

mocracia, con el régimen militar de 1976, que implicó, en el marco del terrorismo de estado y la violación absoluta de los derechos humanos, el inicio del proceso de liberalización económica¹²⁸ y el desmantelamiento del estado nacional, en una suerte de aplicación de un “liberalismo desde arriba” (Cavarozzi, 2006). Como señala M. Cavarozzi:

Los viejos preceptos liberales -es decir, la reivindicación del mercado como mecanismo exclusivo de asignación de recursos y la crítica de las industrias “artificiales” y del “excesivo” intervencionismo estatal- tendieron a armonizarse con el pensamiento militar, proporcionando una filosofía fundante a una reformulada Doctrina de Seguridad Nacional (2006: 12).

En segundo lugar, discursivamente se propone la ruptura¹²⁹ con las políticas económicas neoliberales que se implementaron a rajatabla en el país durante el gobierno de Menem (1989-1999), como continuidad de la liberalización económica iniciada por el gobierno militar. Estas políticas condujeron, *grosso modo*, a la implementación del “estado mínimo”. El discurso de gobierno entra a confrontar de lleno estos dos momentos

128 “En 1975-1976, finalmente, los liberales pudieron articular un discurso en el que se integraron tres núcleos temáticos que hasta entonces habían permanecido dispersos y que definieron la matriz del orden a erradicar; la subversión, caracterizando como tal no simplemente a las acciones guerrilleras sino también toda forma de activación popular, todo comportamiento contestatario en escuelas y fábricas y dentro de la familia, toda expresión no conformista en las artes y la cultura, y, en síntesis, todo cuestionamiento a la autoridad; la sociedad política populista: el peronismo, los sindicatos, las oposiciones “complacientes” (es decir, los radicales y la izquierda parlamentaria) y el Estado tutelar; y, por último, la economía urbana apoyada en la dinámica del sector industrial, y sus soportes sociales básicos, una clase obrera “indisciplinada” y un empresariado “ineficiente”” (Cavarozzi, 2006:12) [...] “Las transformaciones económicas proyectadas por los liberales, como veíamos más arriba, no se limitaban empero a “poner en su lugar” a la clase trabajadora obligando a sus integrantes a negociar salarios y condiciones de trabajo de manera atomizada y, por lo tanto, desventajosamente. El objetivo más global fue el de modificar el sistema todo de relaciones sociales. Para ello, por lo tanto, también había que reformar a los empresarios. La estrategia adoptada fue la de la instauración de un sistema económica de libre mercado a través, principalmente, de la apertura del mercado interno a la competencia exterior” (Cavarozzi, 2006: 13). “El hito crucial, de todas maneras, lo constituyó la adopción de la política de cambio futuro pautado en diciembre de 1978; dicha política apareció como el desideratum en materia de política antiinflacionario y terminó llevando a la economía argentina a un callejón sin salida que la sumió en la crisis más profunda de su historia” (Cavarozzi, 2006:13).

129 La afirmación anterior no implica asumir que en Argentina se esté produciendo una transformación in toto con respecto a estos aspectos. Sí hubo una modulación, pero no un cambio estructural. En cambio, creemos que es plausible sostener lo anterior en relación a los medios, debido al carácter transformador de la Ley sancionada.

políticos anteriores, con sus medidas políticas y económicas -privatizaciones, reducción del estado, predominio de la lógica del mercado como mecanismo regulador de las relaciones sociales-, y los imaginarios axiológicos construidos en torno a ellas -privatización de la vida y el espacio público, despolitización-.

Es precisamente en dicho contexto que se crean las condiciones de posibilidad, primero para la presentación de una Ley de Medios de la democracia, y luego, para la larga confrontación que mantienen el gobierno y el multimedios *Clarín* hasta el tercer trimestre de 2010. Dicha confrontación incluyó, como ya vimos en el Capítulo III: a) la disputa por el contrato de televisación del fútbol en agosto de 2009; b) la sanción de la Ley de Extracción de ADN de noviembre del mismo año en el marco de la causa de apropiación ilegal de niños por parte de la accionista mayoritaria del diario *Clarín*; c) el enfrentamiento jurídico en torno a la legalidad de ciertos artículos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual entre diciembre de 2009 y mayo de 2010; d) la aparición en abril de 2010 de carteles anónimos en la vía pública denunciando la ilegitimidad de trabajar como periodista del multimedios; y e) la investigación iniciada en agosto de 2010 en torno a la legalidad de la adquisición de acciones de Papel Prensa por parte de *Clarín* y *La Nación* durante la última dictadura militar¹³⁰.

Entonces, desde el inicio de la gestión de gobierno de Cristina Fernández en 2007, uno de los significantes que contribuye a fijar parcialmente el sentido de la formación hegemónica que construye esta fuerza política es el de “las corporaciones”. Recordemos que ya Kirchner había iniciado un proceso en este sentido. Como explica Claudio Lozano: “[...] el gobierno de Kirchner emerge en el marco de un cuadro de movilización social y de cuestionamiento al sistema político tradicional [...] se opera prácticamente una clausura del discurso neoliberal” (Lozano; 2006: 32); aunque luego, durante su gobierno, no marcó rupturas con los sectores de poder que aumentaron sus ganancias durante la década de 1990. Al respecto, Borón explica que si bien Néstor Kirchner manejó discursivamen-

130 Sobre las disputas que mantienen el Multimedios y el gobierno nacional desde 2008, ver nuestro texto *Poder político y medios privados en sociedades post neoliberales mediaticadas: el caso argentino*. Ponencia presentada en el II Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales. México DF. Mayo de 2010.

te una línea muy crítica frente al modelo neoliberal, finalmente no hubo intenciones reales de modificar efectivamente las relaciones de poder en Argentina (Borón, 2006).

Luego, en el marco del proceso de reconstitución política de la gestión de Cristina Fernández, lo que se observa es que el significante privilegiado pasa a ser en parte, sólo en parte -pues aquí operan otras dimensiones de *lo político* que obviamente no es posible analizar en el presente documento- el significante Clarín¹³¹. Como corolario, se crea un antagonista y el campo político se divide en dos: por un lado, el ejecutivo, las fuerzas legislativas oficialistas y afines, ciertas agrupaciones de la sociedad civil, algunos medios de comunicación. Por otro lado, el multimédios *Clarín*, la mayoría de los medios de comunicación privados, la mayoría de fuerzas políticas opositoras (UCR, PRO, Acuerdo Cívico y Social y el justicialismo disidente), las patronales del sector agrario, un sector de la iglesia católica y el vicepresidente de la República.

Tal construcción discursiva que crea como antagonista principal una empresa de multimédios, pocos años antes era inimaginable en el país¹³². Sin embargo, en dicho contexto se hace posible justamente por las posiciones y disposiciones polarizadas que los distintos agentes fueron tomando en la esfera pública durante el período de análisis.

En el caso de Ecuador, lo que se plantea desde el discurso de gobierno es una ruptura también con el pasado, y en particular con los gobiernos anteriores y la implementación de políticas neoliberales en el país. Recordemos que los 3 últimos presidentes constitucionales que antecedieron al gobierno de Alianza País fueron derrocados mediante protestas sociales, lo que generó una enorme crisis de gobernabilidad en los últimos años, evidenciada en interrupciones de la vida institucional, grandes movilizaciones y radicales cambios de rumbo económico. Todo esto generó una “institucionalidad débil, una falta de confianza en el manejo de la cosa pública, una crisis total de representación tanto de los partidos políticos, cuanto de las organizaciones sociales” (Larrea y Ospina, 2006: 229).

131 Es necesario matizar este punto y subrayar que el significante “Clarín”, al igual que “las corporaciones” constituye un significante importante pero no es hegemónico.

132 Nos referimos sobre todo al hecho ya explicado de que el gobierno de N. Kirchner mantuvo vínculos muy estrechos de ayuda mutua con el Multimédios.

En este marco, el discurso del presidente Rafael Correa desde 2007 entró a confrontar de lleno con las agendas de los principales partidos de la derecha y de los grandes grupos económicos del país, principalmente los sectores bancario y financiero. El significante “pelucones”¹³³ de alguna manera se configuró como el significante aglutinador, y sobre esta base se instituyó una fisura que marcó una línea de antagonismo: “nosotros” y “ellos”, expresiones positivas del conflicto que atraviesan la sociedad.

Tales son las condiciones de emergencia de un proceso de reformas políticas, sociales, culturales e incluso ecológicas que plantea la nueva Carta Magna, como principios normativos de refundación del estado. Y en ella, el mandato de sancionar una nueva Ley Orgánica de Comunicación, que apuntara a reemplazar la antigua Ley de la década de 1970, que contaba con una “articulación de una institucionalidad, jerarquizada, centralizada, concentradora, poco participativa, sin mecanismos de control y absolutamente dependiente del Poder Ejecutivo” (Jurado, 2009). El proyecto, como vimos, finalmente quedó trunco en la Asamblea Nacional, hasta el momento en que se escribe esta investigación.

Luego, en el marco de la disputa política por fijar sentidos es posible advertir, de modo similar al caso argentino¹³⁴, un desplazamiento de la atención hacia el significante medios privados. Este corrimiento de sentido apunta a señalar privilegiadamente que los medios privados nacionales encarnan la expresión más viva del libre mercado y de los intereses de los grupos empresarios privados, en antagonismo con un cierto “interés nacional”.

Lo que se busca destacar aquí en los términos de Laclau y Mouffe (2010), es que en el período de análisis es posible hablar de la constitución

133 El significante constituye una denominación coloquial y despectiva empleada por el ejecutivo para referirse a determinados grupos adinerados y de élite del país a los que el presidente construyó como los antagonistas principales ya durante su campaña presidencial en 2006. El significante se incorporó a la doxa en el uso cotidiano y también en las narrativas de los medios de comunicación, como una de las referencias lingüísticas más empleadas. Más específicamente, su uso por parte del ejecutivo se refiere a los habitantes del cantón Samborondón, de la ciudad de Guayaquil, quienes en su mayoría hacen parte de la oposición política al gobierno de Correa y pertenecen a la clase económica alta: los pelucones son dueños de los más grandes conglomerados empresariales privados del país -tal es el caso del famoso empresario y político ecuatoriano Álvaro Noboa- y se constituyen en el principal antagonista del gobierno de Alianza País, dado que según el ejecutivo sus intereses van en contra de los intereses del país.

134 En el caso argentino, como vimos se trata más específicamente del significante “Clarín” que se configuró como el principal antagonista político en el período analizado.

de “formaciones hegemónicas” en Argentina y Ecuador que se instituyen con “parecidos de familia” (Wittgenstein, 2008: 89). Wittgenstein introdujo la noción para señalar que no existe una esencia de los juegos del lenguaje, ni un conjunto de propiedades que deba estar presente en todas las actividades que llamamos juegos; es decir, no existe “naturaleza” del lenguaje, sino que existen múltiples lenguajes con semejanzas superpuestas. En los distintos juegos, como en los distintos lenguajes, encontramos sólo un “aire de familia”. En sus palabras:

Vemos una complicada red de parecidos que se superponen y entrecruzan. Parecidos a gran escala y de detalle. No puedo caracterizar mejor esos parecidos que con la expresión “parecidos de familia”; pues es así como se superponen y entrecruzan los diversos parecidos que se dan entre los miembros de una familia: estatura, facciones, color de los ojos, andares, temperamento, etc.-. Y les diré: los juegos componen una familia (2008:89).

Ello implica, para nosotros, que las totalidades discursivas constituidas y reconstituidas en cada país sólo pueden instituirse como formaciones que poseen antecedentes y atributos parecidos.

Las semejanzas a las que hacemos referencia estarían dadas por los elementos que acabamos de explicar, a los que ahora adherimos un componente más. Se trata de procesos que se inscriben en una matriz política de centro-izquierda que se desarrolla como un *continuum* de un proceso político que, cabe subrayar, no está cristalizado, sino que permanece en movimiento justamente porque se inscribe, como toda lucha política, en el “campo de la discursividad”.

Ahora bien, estas discursividades que impugnan y desafían cierto modo de concebir la política y de comprender y administrar lo público, constituyen precisamente las condiciones de posibilidad de los discursos mediáticos que nos ocupan, desde allí se instauran. No se trata aquí de plantear nuestra explicación final en términos de causa-efecto, sino de describir el campo de luchas por fijar sentidos parciales y dominar el “campo de la discursividad”; es decir, por intentar reducir la imposibilidad constitutiva de todo discurso, en lo que respecta a realizar un cierre definitivo de sentidos. Entonces, lo que operan son distintas lógicas en tensión, en la

disputa por fijar horizontes de inteligibilidad sobre lo social y lo político. Es aquí donde inscribimos los discursos de los diarios *Clarín* y *El Comercio*. Dos discursividades de referencia dominante que en el período de análisis se han ido polarizando de manera cada vez más marcada en clara oposición a la regulación de sus actividades a través de nuevas políticas públicas, construyendo líneas isotópicas parecidas.

Retomemos en este punto nuestra hipótesis inicial de trabajo, para ver qué tienen en común los modos de comportamiento de sentido de los diarios. La hipótesis principal que sosteníamos es que los diarios *Clarín* y *El Comercio* emplearían estrategias discursivas similares, para construir sus discursos de oposición y resistencia a las nuevas Leyes de Comunicación y Medios en los respectivos países. Dichas similitudes y convergencias responderían fundamentalmente a la condición de ambos diarios como empresas periodísticas que defienden intereses económicos, estando involucradas de manera directa en el conflicto que narran. Asimismo, que como parte de estas estrategias, ambos medios habrían empleado predominantemente los discursos que se encuentran en la base de la teoría liberal de la prensa: objetividad, defensa de la libertad de expresión, periodismo profesional e independiente, auto regulación mediática, entre otros.

Las especificidades de cada discursividad

Empecemos por explicar comparativamente las especificidades de cada diario. Primeramente, en la producción discursiva de *Clarín* opera una evidente ruptura de las fronteras de los géneros periodísticos -fundamentalmente mediante el empleo excesivo de axiológicos en un espacio reservado para la información-, lo que conduce a un desplazamiento del dispositivo de enunciación que va desde el enunciador testigo narrador, característico del discurso informativo, hacia un enunciador que visiblemente le disputa la palabra política al gobierno nacional, un aspecto que además está planteando nuevos desafíos a los lectores. Dicha disputa opera mediante la construcción de una frontera “nosotros”-“ellos” que crea un antagonista claro: el gobierno nacional, personificado en la presidenta Cristina Fernández primero y en el ex presidente Néstor Kirchner más tarde.

Tal especificidad de *Clarín*, aparece en íntima relación con el tratamiento altamente desigual que realiza el diario de las fuentes de informa-

ción: consulta privilegiada y recurrente de las mismas fuentes opositoras a la Ley, sin contraste y chequeo exhaustivo, y uso desmedido de fuentes no identificadas. Esto termina produciendo una suerte de “acomodamiento mutuo” (Charron, 1995) entre el diario y las fuentes político partidarias que se oponen categóricamente a la Ley. Dicho aspecto nos permite sostener que lo que determina la agenda de *Clarín* sobre el tema son en gran medida dos cuestiones, los agentes de la oposición política y el enfrentamiento con el gobierno. Este punto que hemos explicado en detalle en el Capítulo III permite afirmar que otra de las especificidades de la discursividad de *Clarín* es el tratamiento opaco de las fuentes informativas sobre el tópico de la Ley.

A diferencia de *Clarín*, en la producción discursiva de *El Comercio*, salvo los casos paradigmáticos que hemos señalado, inicialmente los límites de los géneros aparecen configurados de manera clara y el tratamiento de las fuentes informativas opera de modo parcialmente equilibrado, lo que se rompe con los vínculos estrechos que la discursividad del diario mantiene con las posiciones políticas de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que es bastante elocuente y que hemos apuntado en detalle en el Capítulo IV. Ahora bien, estas dos cuestiones que definen en parte la singularidad de la producción de *El Comercio*, operan como mecanismos que intentan compensar el equilibrio del contrato de lectura. Con todo, no alcanzan: el periódico pone a funcionar simultáneamente dos tácticas que finalmente terminan por desbalancear dicho contrato.

Como se ha dicho, se trata de la creación de la “seudo sección” (Verón, 1983: 94) *sui generis* y por única vez, que implica la operación testimonial propagandística de “autocalificación” (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 64) y la construcción de un “*ethos* discursivo” fuertemente vinculado con la noción de “cuarto poder”; y el empleo novedoso del formato propaganda para posicionarse categóricamente frente a la Ley. Esta última es una operación de carácter netamente corporativista que funciona en bloque con otros 20 medios impresos de circulación nacional, que construye fuertemente un “nosotros inclusivo” con los lectores -se los interpela directa e indirectamente mediante un enunciador que ocupa una posición de complicidad- trazando una frontera con un “ellos” que crea un antagonista claro, representado por el Ejecutivo y la Ley Orgánica de Comunicación que impulsa.

Otra táctica específica del *corpus* de *Clarín* es la personificación de hechos sociales en las figuras de gobierno que hemos explicado. Dicha táctica produce un claro borramiento de varias cuestiones e inscribe la narrativa del diario en una suerte de presente continuo. Ahora bien, ¿Qué se borra? En primer lugar, la trayectoria y recorrido de la Ley de 29 años, 3 años en dictadura y 26 años en democracia. Se borran los sucesivos intentos fallidos por introducir modificaciones estructurales a la normativa y luego, la falta de voluntad política de los diferentes gobiernos democráticos que solamente introdujeron modificaciones parciales, parches legales que paradójicamente, “la desmejoraron, en términos de democratización de las comunicaciones” (Mastrini, citado en Giniger, 2009: 15).

Además, se borra el recorrido de diferentes organizaciones de la sociedad civil que han venido luchando para democratizar el acceso y la distribución de bienes simbólicos en el país, y con ello las prohibiciones y carencias históricas existentes en este sentido hacia diferentes agentes políticos y sociales. Por último, se borra la dinámica política de debates, conflictos y disputas que han existido por años en el país en torno al tema, reduciendo la enorme complejidad de la contienda política que pretende describir.

Por su parte, en la discursividad de *El Comercio* lo que opera de modo específico es la constitución de la figura que hemos denominado “cuarto poder dual”, basada en el trazado claro de la dicotomía público-privado, para señalar que los medios públicos se encuentran cooptados por el antagonista ejecutivo y que los medios privados, en cambio, encarnan el veedor privilegiado de los valores e instituciones de la democracia, en un contexto político signado por la “intervención ilegítima del estado” en cuestiones que, a juicio del periódico, no le competen, y que afecta profundamente la democracia.

Aquí *El Comercio* instituye una discursividad poderosa, cuyo efecto totalizante podría sinterizarse en la siguiente fórmula: los medios privados ecuatorianos constituyen agentes que carecen de fisuras y que operan en la democracia como fiscalizadores privilegiados de los poderes político y económico pues disfrutaban de un importante grado de autonomía frente al estado, a los partidos políticos y a los grupos de presión. Tal autonomía de los medios privados se sostiene fundamentalmente en la auto regu-

lación de sus propias actividades. Dicha fórmula que opera de manera regular y dominante en la discursividad de *El Comercio* también aparece en *Clarín*, pero la especificidad del primero reside en la división tajante entre lo público y lo privado.

En el caso de *Clarín*, es clara la superposición que se configura entre estado y gobierno, y es notoria también la valoración altamente negativa de este último, concebido como el antagonista todopoderoso -figura de la anti institucionalidad-, autoritario y contradictorio -figura del conflicto vs. consenso y racionalidad- que de modo sistemático se instituye como la única amenaza para la “prensa independiente”, que busca sancionar una Ley de carácter “confiscatorio” y violadora de las libertades de prensa y de expresión, para “controlar” a los medios y apropiarse de ellos -la designada “Ley K”-, con el objetivo único de mantenerse en el poder. En *El Comercio*, lo que opera es una discursividad que instituye la figura que hemos denominado gobierno panóptico, para señalar que el gobierno nacional se acerca mucho más a un régimen dictatorial que a una democracia -figuras del tiranismo y el autoritarismo-, que no debate, que es progresista sólo discursivamente, que es populista y que busca “amordazar” a la prensa -predominio de la metáfora de la mordaza- para mantenerse en el poder -figura de la anti institucionalidad-.

En *Clarín*, la narrativa del presente absoluto se conecta con una narrativa de ocultamiento. Se esconden los vínculos fluctuantes que el multimedios mantuvo con el propio gobierno de Kirchner que, como explicamos en el Capítulo III, benefició en su momento jurídica y económicamente al grupo. Pero además, lo que se oculta es la propia historia. El caso Papel Prensa constituye una prueba categórica de esta especificidad. La discursividad de *Clarín* se funda como una denuncia y un reclamo respecto a cómo el gobierno sistemáticamente desinstitucionaliza el sistema político del país, y cómo el multimedios *Clarín* en tanto empresa nacional sufre injerencias ilegítimas por parte del estado. Pero es el propio diario el que contribuye al proceso de desinstitucionalización, por varias razones: a) Porque apoya la causa de las patronales agrarias sin decir que también es su causa; b) Porque exige mayor diálogo y consenso al gobierno y a las fuerzas legislativas oficialistas y opositoras (como el Partido Socialista), pero paradójicamente se rehúsa al debate, opacando la discusión en torno a una

Ley que constituye una lucha histórica de numerosos colectivos sociales y políticos desde mucho tiempo antes de la llegada del actual gobierno; c) Porque recurre a los tribunales de la justicia ordinaria para impugnar una Ley que fue debatida y sancionada legal y legítimamente en el Senado de la Nación; y d) Finalmente, porque niega su propia historia como agente que mantuvo vínculos estrechos con el último régimen militar -caso Papel Prensa y causa litigio por denuncia de hijos adoptivos de la mayor accionista del diario, la señora Herrera de Noble-.

Una última especificidad de la discursividad de *El Comercio* es la configuración de lo que hemos señalado como la regionalización del populismo. Una regularidad propia que, como vimos en el Capítulo IV, implica una simplificación enorme de la complejidad que encierran los procesos políticos y culturales que se han venido gestando a nivel regional desde los primeros años del siglo XXI, al tiempo que marca una negación de una parte de la historia política reciente de Ecuador.

Los “parecidos de familia” de las discursividades de *Clarín* y *El Comercio*

Llegados a este punto, tratemos de avanzar ahora, siempre comparativamente, hacia los “parecidos de familia” que es posible advertir entre las discursividades que hemos descrito.

Primeramente, diremos que ambas fuerzan al máximo el contrato de lectura y finalmente terminan por quebrarlo. *El Comercio* lo hace a partir de una estrategia general que denominados contaminación del ecosistema de la información, mientras que *Clarín* lo hace mediante su estrategia general sostenida en una gran narrativa de presente absoluto y deshistorización. Este es un primer parecido que vale señalar.

Luego, ambas construcciones coinciden en la constitución de una línea de antagonismo en el núcleo de lo social: “nosotros” y “ellos”, que en el caso de *El Comercio* aparece como un nosotros inclusivo que suma el diario y sus lectores en un mismo andárrivel contra el ejecutivo quien, siguiendo esta discursividad, busca “amordazar” la libertad de expresión. En el caso de *Clarín*, el antagonismo aparece más cercano al enfrentamiento público que mantiene desde marzo de 2008 el multimédios y el gobierno, quien busca, siguiendo esta discursividad, sancionar una “Ley

K” que es contraria a la libertades de prensa y de expresión y que persigue intereses corporativos, según se explicó en el Capítulo III. A su vez, ambas discursividades nombran la Ley destacando el carácter “polémico” y de “disputa”, impugnando fuertemente el litigio y el conflicto, entendidos como componentes altamente negativos del funcionamiento democrático. Aquí nos detendremos un poco más, pues tal parecido conduce a otro, que tiene que ver con la imagen y auto imagen (relato auto referencial) de los medios de comunicación privados. En ambos casos, los últimos aparecen configurados como agentes homogéneos, que se desempeñan en las democracias modernas como “cuarto poder” y cuya actividad, que es completamente autónoma, es cada vez más necesaria en ambos países, dado el carácter autoritario de los gobiernos, que se expresa en la implementación de políticas públicas sobre medios que son “confiscatorias” -pues buscan apropiarse de los mismos- e “ilegítimas” -en tanto aspiran a controlar una actividad que es considerada en gran parte como hecha y controlada por la empresa privada-.

Otro “aire de familia” tiene que ver con el corporativismo y la construcción de una voz unificada regionalmente. Hemos visto cómo cada una de las discursividades opera en connivencia con otros medios al interior de cada país. *Clarín* lo hace de modo conjunto con *La Nación* -ya explicamos las sociedades comerciales que tienen, cómo la competencia entre ambos diarios se realiza entre socios comerciales y cómo esto se expresa por ejemplo en la publicación del mismo editorial el mismo día-. *El Comercio* por su parte, opera de modo conjunto con la mayoría de los medios impresos del país -las propagandas manifiestas contra la Ley y los comunicados conjuntos constituyen ejemplos categóricos de ello-. Además, hemos explicado los vínculos estrechos que ambos diarios mantienen con la SIP, y cómo dichos vínculos operan, se manifiestan y se traducen en los discursos. Pero en este punto, lo que vemos es que la “interdiscursividad” (Charaudeau, 1993, citado en Charaudeau y Maingueneau, 2005) funciona en un nivel más profundo, y que el corporativismo por tanto, va mucho más allá.

Aquí la “cooperación” se hace directamente entre *Clarín* y *El Comercio* -inter países-. Es decir que, dado que las discursividades poseen condiciones de emergencia similares -como ya mostramos-, también las

totalidades discursivas de los medios están directamente conectadas. Se trata, si cabe, de relatos periodísticos alineados regionalmente. Así vemos que, toda vez que el conflicto entre *Clarín* y gobierno alcanzó sus puntos más álgidos en Argentina en el período 2009-2010, *El Comercio*, desde sus páginas, salió rápidamente en defensa de *Clarín* con un editorial. Los ejemplos más ilustrativos son la inspección de la AFIP a las instalaciones del diario en Buenos Aires, y la presentación ante la justicia por parte del gobierno argentino del informe titulado “Papel Prensa, la verdad”, en el que se investiga de qué manera se transfirieron las acciones de la papelera Papel Prensa S.A, a los diarios *Clarín* y *La Nación* durante la última dictadura militar. En ambos casos, *El Comercio* asumió en sus páginas la defensa de la causa de *Clarín*, en nombre de la defensa de la libertad de expresión formulada en abstracto. En una operación que Chomsky denominó como una “acción colectiva táctica de los medios”, en el marco de “un sistema de mercado dirigido” (Chomsky, 2003: XIV).

En la misma línea, los “parecidos de familia” de ambas discursividades se completan con el predominio de lo que hemos denominado el carácter prescindible de la Ley. Con matices propios que ya hemos mostrado en detalle, en los dos casos se apunta sistemáticamente a hegemonizar el sentido argumentando que la mejor Ley es la que no existe y que la mejor regulación es la que ejercen los propios periodistas sobre sus actividades. Y que, eventualmente, se reconoce como legítimo un segundo mecanismo, la regulación ciudadana (veedurías y observatorios de medios), aquello que conceptualmente se conoce como “el quinto poder”, y que salvo honrosas excepciones, en los países de la región no ha encontrado canales efectivos para ejercer controles serios¹³⁵. Así se completan los parentescos entre ambas construcciones discursivas.

Ahora bien, llegados a este punto, nuestra argumentación, requiere otro nivel de análisis que conecte todas las piezas que hemos desplegado hasta aquí. A partir de los parecidos de familia y los parentescos que hemos establecido entre ambas discursividades, estamos en condiciones de

135 Al respecto ver documento Observatorios de Medios en Latinoamérica: radiografía de una región. Una aproximación investigativa del equipo del Observatorio de Investigación de Medios de Flacso, Ecuador, del que somos parte. Disponible en <http://www.flacsoandes.org/comunicacion/observatorio/investiga.php>.

sostener que lo que opera en ambos casos es un intento de construcción de un proceso “contra hegemónico”, en el sentido planteado por Laclau y Mouffe (2010). Un proceso en el que las discursividades de estos medios, en tanto agentes políticos de referencia dominante que ocupan un lugar central en el mapa mediático de cada país, resultan medulares.

E. Verón sostenía en 2004, que en el marco de la competencia económica “los medios informativos estuvieron durante mucho tiempo marcados por las posiciones ‘ideológicas’ presentes en el sistema político [pero que] hoy esa ‘marca’ política se va desdibujando y la semejanza de la oferta discursiva opera también en el terreno de los medios de información” (Verón, 2004: 227-228). Si bien coincidimos en que la explicación operaba hasta hace algún tiempo en estos países, lo que vemos a partir de nuestro análisis es que hay una vuelta a la vidriera de las ofertas ideológicas, y que ambos diarios han sacrificado los contratos de lectura y las reglas que regulan la competencia económica para mostrar, sin titubeos, claras configuraciones discursivas que apuestan a una articulación hegemónica. Con ello llegamos a un punto decisivo de nuestro argumento, la problemática de la fijación de sentidos. Descontando las especificidades de cada caso, sostenemos que la fijación de sentidos parciales de estos discursos y los intentos de instituir cadenas de equivalencia se gestan en un proceso en el cual la disputa central, la más importante, aparece en torno al significante democracia. Este es el significante político objeto de sucesivos intentos por ser llenado de contenido.

Lo que estamos afirmando es que, en estos países, desde las discursividades mediáticas descritas, se está desafiando el significado de democracia que la formación hegemónica de los gobiernos está proponiendo como fundamento de las relaciones sociales. Una suerte de intento de “rearticulación hegemónica” donde lo que está en juego es “la propia articulación entre liberalismo y democracia” (Laclau y Mouffe, 2010: 216). En esta disputa, las tensiones principales se sitúan en la concepción sobre las libertades, a partir de la definición de la libertad de expresión; sobre el mercado, a través de la definición del significante control; y en la concepción sobre las formas de ejercer la política -que implica la administración de lo público y la gestión del conflicto-, mediante la definición del significante populismo.

Las tres categorías aparecen de modo decisivo tanto en *Clarín* como en *El Comercio* y son empleadas con insistencia y regularidad en el *corpus*. La forma en que al nivel de dichas discursividades mediáticas son definidas la libertad, el control y el populismo, puede tener consecuencias importantes en una variedad de otros niveles discursivos del campo político.

En tal sentido y para avanzar, lo que está en disputa es la forma en que la propia idea de la libertad es concebida pues, luego de los adelantos de las sociedades occidentales en la conceptualización de la libertad, lo que ambos discursos proponen es una definición liberal tradicional que privilegia la libertad negativa, en línea con la conceptualización de John Locke: “La libertad es no estar sometido a restricciones y violencia por parte de otro”, produciendo un desplazamiento de sentido que impide (o intenta impedir) la ampliación de otras libertades.

Se trata de una apuesta política que busca reducir al mínimo los poderes del estado, a fin de extender lo que sería el objetivo político medular: la libertad individual. La democracia, en este orden, sería el medio para salvaguardarla. Los postulados de Hayek constituyen la ilustración más categórica en este sentido¹³⁶. En palabras de Laclau y Mouffe:

Esta tentativa por volver a la concepción tradicional de la libertad, que la identifica con la no interferencia con el derecho de apropiación ilimitada y con los mecanismos de la economía capitalista de mercado, se esfuerza en desacreditar toda concepción “positiva” de la libertad como siendo potencialmente totalitaria [...] Toda intervención del Estado, excepto cuando se trata de materias que no pueden ser reguladas a través del mercado, es considerada un atentado a la libertad individual (2010: 217).

Lo que vemos es que las configuraciones discursivas, en nombre de la defensa de la libertad de expresión, intentan articular los antagonismos contruidos -en el campo social y político- en torno a la intervención del estado, en cuestiones como la definición del estatus de los medios de comunicación, concebidos por la *doxa* como parte incuestionable del dominio privado. De allí que la regulación de este ámbito por parte de los

136

Al respecto ver *Camino de Servidumbre*. Madrid, Alianza 1978.

estados, es considerada como un control “ilegítimo” y “confiscatorio”, que atropella las libertades fundamentales.

En este sentido, la defensa de la institucionalidad de los países que los gobiernos populistas “menoscaban” y de los derechos adquiridos de los grupos mediáticos en tanto empresas privadas de capitales nacionales, juega un papel central en la construcción de la discursividad, ampliando el área y las potencialidades de sus efectos.

Entonces, el antagonismo se construye entre dos polos. Por un lado, los medios privados que representarían de modo transparente las demandas de los ciudadanos, junto a otros agentes políticos que defienden las libertades fundamentales, entre ellas la libertad de expresión. Por otro lado, los “gobiernos populistas” que, como representantes a cargo de los estados nacionales, constituyen la principal amenaza para la libertad de expresión y las actividades de la prensa libre.

Ahora bien, ¿Cómo se explica desde estas discursividades tal intromisión en las libertades? La respuesta hay que buscarla en la concepción que proponen sobre las formas de hacer política de estos gobiernos. El propio significante populismo domina -aunque con variaciones- el proceso de disputas por la fijación de sentido, en una concepción tradicional que señala a gritos el clientelismo utilitarista organizado en redes en las que se intercambian favores políticos por votos, el carisma del líder, una gestión altamente conflictiva y arbitraria y una falsa retórica discursiva.

Dicho tema, que ha sido objeto de varios capítulos entre sociólogos y politólogos de diversas latitudes, remite a un concepto muchas veces impreciso que designa una variedad de formas de hacer política. Sin embargo, en estas discursividades la configuración de sentidos está clara. Se rechaza e impugna categóricamente el litigio, la polémica y las disputas para decir que el conflicto constituye un impedimento para la realización plena de la democracia, y que las formas de gobierno “populistas” son inherentemente tóxicas en tanto abiertamente anti institucionales.

Salvando las distancias socio históricas y geográficas del caso, diremos que la potencialidad de constitución de una cadena de equivalencias que logre instituir una rearticulación hegemónica en estos dos países, y donde el discurso de los medios eventualmente podría ser medular, en-

contraría antecedentes en el “neoconservadurismo” (Harvey, 2007: 81), que tuvo su génesis conceptual, como señala Harvey, “principalmente en la Universidad de Chicago y en bien consolidados *think-tanks*” (Harvey, 2007: 82), y cuya manifestación política más categórica se concretó en Estados Unidos e Inglaterra de la mano de Reagan y Thatcher, respectivamente, durante la década de 1980.

El parecido que queremos subrayar -pues el neoconservadurismo como rearticulación hegemónica ciertamente se instituyó a partir de cuestiones tales como el tradicionalismo nacionalista y religioso, cuya explicación excede el espacio del presente trabajo- radicaría en el intento de vaciar de significados positivos la intervención del estado sobre determinadas cuestiones, al tiempo que se defiende sin fisuras la agenda neoliberal, que en palabras de Harvey implica “un gobierno de élite, la desconfianza en la democracia y el sostenimiento del libre mercado”¹³⁷ (Harvey, 2007: 82). En términos de Laclau y Mouffe: “[...] el nuevo conservadurismo ha logrado presentar su programa de desmantelamiento del *Welfare State* como una defensa de la libertad individual frente al Estado opresor” (2010: 220).

Finalmente, diremos que las tensiones descritas se dan entre dos *locus*, entre dos modalidades distintas de concebir las libertades, el rol del mercado y las formas de ejercer la política y administrar lo público; y cuyas diferencias no solo resultan inevitables, sino que probablemente tenderán a radicalizarse en el futuro.

La comparación de ambas discursividades muestra que en estos países se está produciendo una transformación de peso en cuanto a la presencia y rol de los medios de comunicación privados en el conflicto político nacional. Asimismo, vemos que no es plausible sostener la idea unilateral de los medios como agentes sometidos a las presiones del poder político, ni resulta suficiente invertir la fórmula. Las relaciones prensa-poder político siempre son por lo menos de doble vía, y en tal sentido no hay agentes homogéneos *per se*. Lo que existen son relaciones de fuerza siempre situadas, donde la contextualización espaciotemporal revela toda su potencialidad explicativa. Los discursos mediáticos son construcciones socio históricamente situadas y significadas. La prensa no es un agente

cristalizado, sino polisémico y cambiante y su comprensión por tanto requiere estudiar sus anclajes socio-políticos y económicos.

En estos puntos, no se trata de defender la posición del gobierno nacional, ni por el contrario atacar los posicionamientos de los medios estudiados en sí mismos. Tampoco se intenta adjetivar el tipo de periodismo que practican. Lo que se busca es mostrar, cómo cuando los medios ven afectados sus intereses -políticos, económicos o jurídicos-, trascienden el lugar de la crítica y se atrincheran en la oposición permanente, incidiendo de modo abierto y contundente en el sistema político.

Lo que vemos, en ambos países, es que *Clarín* y *El Comercio* desempeñan un rol central en “la construcción de lo real en el discurso” (Verón, 1998), y en el caso que nos ocupa, actuaron de manera decisiva en la producción simbólica del tópico: jugaron un papel significativo en la disputa de fijación de sentidos, en la orientación y modulación temática y en la fijación de una agenda informativa basada fundamentalmente en intereses propios (económicos y políticos); lo que implica la jerarquización y posicionamiento de determinados actores y la invisibilización de otros.

Hoy más que nunca parece evidente que tanto en Argentina como en Ecuador, la auto regulación de los medios es una utopía muy difícil de conquistar, pues no sólo han dejado de ocupar el lugar de fiscalizadores privilegiados de los valores de la democracia (si es que alguna vez lo fueron), derrumbando los pilares de la teoría liberal de la prensa -objetividad, libertad de expresión y auto regulación-, sino que además han invertido la fórmula que los catapultó como instituciones fiscalizadoras, para convertirse en agentes medulares del sistema político (Borrot y de Fontcuberta, 2006), que luchan por conservar las condiciones políticas y jurídicas en las que sus intereses pueden ser reivindicados como legítimos.

De allí que no pueden concebirse como cronistas o mediadores de acontecimientos dados *a priori* -referentes previos que pueden ser objetivados en una segunda instancia discursiva-, sino como potentes productores de realidades simbólicas. Por tanto los medios siguen constituyendo un espacio insoslayable para estudiar los procesos de construcción de sentidos sobre *lo político*, en “sociedades mediatizadas” (Verón, 2001).

Por último, y aquí ponemos nuestro punto final, como señalan Laclau y Mouffe, “todo antagonismo, librado a sí mismo, es un significante flotan-

te, un antagonismo ‘salvaje’ que no predetermina la forma en que puede ser articulado en otros elementos de una formación social” (2010: 215). Las piezas, así descritas, están en el tablero, echaron a andar, y con ellas, el sentido del juego.

Finalmente, como “en el laberinto de los signos, la investigación está siempre empezando” (Fabbri, 1999) quisiéramos cerrar -por ahora- nuestro trabajo señalando que a partir de nuestra aproximación se abre una interesante agenda de investigación que podríamos dividir en dos grandes ejes temáticos.

Primero, queda pendiente avanzar en el estudio de los efectos de las discursividades mediáticas aquí analizadas, una cuestión que está enraizada en las teorías de la recepción de los discursos sociales. Es necesario estudiar sistemáticamente cómo están siendo reconocidos estos discursos (lecturas posibles), para saber qué hacen la ciudadanía y los lectores con ellos: usos, resignificación, traducción, negación, etc. Como señala Escudero, se trata de un aspecto que está anclado en “la dimensión pasional que es constitutiva de los procesos de mediatización” (Escudero, 2002: 195). Tal ejercicio tiene el enorme desafío de la articulación formal, teórica y metodológica, entre producción y reconocimiento. Creemos que una de las preguntas iniciales que se disparan de esta articulación es: ¿Cuál es el imaginario de los lectores sobre la politicidad de los discursos mediáticos? Para responder a dicha pregunta, que tiene que ver con lo que podríamos denominar como el contrato social (pacto público) sobre los medios de comunicación, resulta ineludible generar información sistemática sobre las “gramáticas de reconocimiento” (Verón, 1998). Un aspecto de enorme relevancia que, en vista del papel que está jugando la prensa hoy en los países estudiados, sin duda está en el corazón de la construcción del orden democrático contemporáneo.

Asimismo, creemos que un complemento importante de las herramientas metodológicas que puso a funcionar nuestra investigación es la realización de una etnografía *in situ* en la redacción de los periódicos, que incluya observación y observación participante, para dar voz a los productores y acceder a información clave sobre las condiciones de producción de los discursos mediáticos. Un elemento de peso que enriquecería enormemente la discusión.

Segundo, se abre un universo de investigación con respecto a la relación entre los medios privados y los estados reformados. Si bien inicialmente dicho aspecto no hacía parte medular de nuestra pregunta principal de investigación, sí terminó siendo un eje importante de análisis. Lo que vemos es que se generan nuevas posibilidades de indagación, que están en línea con los procesos de transformaciones políticas y culturales que se viven en los casos estudiados, y a nivel regional. Es necesario analizar a fondo las mutaciones de los vínculos prensa-gobiernos en perspectiva regional, inicialmente para generar un mapa de similitudes y diferencias, y luego, para indagar respecto a cómo la dimensión de la comunicación de gobierno (en sus distintos niveles), que hasta aquí había sido considerada por las ciencias sociales como un elemento marginal dentro de la conformación de los estados modernos, hoy hace parte importante de sus mutaciones. Es decir, es sustancial estudiar cómo aquello que a primera vista aparece simplemente como: a) estrategias comunicacionales específicas de un determinado gobierno basadas en la comunicación directa y la centralidad del ejecutivo, y b) enfrentamientos coyunturales de intereses políticos y económicos entre las empresas mediáticas y los gobiernos; en efecto, podría estar cimentando transformaciones más profundas con consecuencias a nivel de mutaciones del mismo estado. Esto último teniendo en cuenta que el estado no es una entelequia, sino que es habitado, y en esa medida, reformado, por agentes y grupos heterogéneos que, al tiempo que se desenvuelven dentro de estructuras, también las transforman; pues, como señala Wallerstein: “El cambio es eterno y nada cambia jamás. Los dos tópicos son ciertos” (Wallerstein, 2007: VII).

BIBLIOGRAFÍA

- Abad, Gustavo (2009). “Comunicación y política: el surgimiento del periodismo público en el Ecuador. Caso El Telégrafo”. Informe de Investigación, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.
- Adatto, Kiku. (1993). *Picture perfect*. Nueva York: Basic Books.
- Albornoz, Luis y Pablo Hernández (2006). “La radiodifusión en Argentina entre: 1995-1999 concentración, desnacionalización y ausencia de control público”. En *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920 - 2004)*, Guillermo Mastrini (Ed.). Buenos Aires: La Crujía.
- Álvarez, Ángel (1995). “Crisis de los partidos y auge de los medios como agentes de legitimación y de socialización política”. En *Medios de comunicación y responsabilizas ciudadana*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Amado Suárez, Adriana (2008). “La autorregulación en el periodismo argentino. El caso de los grandes diarios”. *Oficios Terrestres*, Año XIV, N° 21.
- Armentia Vizuete, José Ignacio y José María Caminos Marcet (2003). *Fundamentos de Periodismo Impreso*. Barcelona: Ariel.
- Avritzer, Leonardo (2009). “La nueva izquierda, la crisis de representación y la participación social en América Latina”, en *La “nueva izquierda” en América Latina: derechos humanos, participación política y sociedad civil*. Buenos Aires: Universidad Torcuato Di Tella.

- Bachelard, Gaston (1974). *El nuevo espíritu científico*. México: Siglo XXI.
- Barthes, Roland (2002). *El Susurro del Lenguaje. Más allá de la palabra y de la escritura*. Barcelona: Paidós.
- (1973). "Texte (théorie du-)". *Encyclopaedia Universalis*. París.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2006). "La concentración de medios". En Cátedra de Políticas y Planificación de la comunicación. Buenos Aires: UBA.
- (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.
- Biselli, Rubén y Sandra Valdetaro (2007). "Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita". *La Trama de la Comunicación*. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Volumen 12. Rosario: UNR editora.
- Blum, Sylvie (1981). *Les yeux dans les yeux*. En *Le Monde Diplomatique*. Paris.
- Borón, Atilio (2006). "Argentina". En *Los gobiernos progresistas en debate: Argentina, Brasil, Chile, Venezuela y Uruguay*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO); Instituto Cuesta Duarte.
- Borrat, Héctor y Mar de Fontcuberta (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Borrelli, Marcelo (2008). "Una batalla ganada: el diario *Clarín* frente a la compra de Papel Prensa por parte de los diarios *La Nación*, *Clarín* y *La Razón* (1976-1978)". En *Papeles de trabajo*. Revista electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín. ISSN: 1851-2577. Año 2, n° 4, Buenos Aires. Disponible en http://www.idaes.edu.ar/papelesdetrabajo/paginas/Documentos/04_Minidosier_10_MarceloBorrelli.pdf. Consultado en Febrero 4 de 2010.
- Bourdieu, Pierre et al. (2008). *El oficio del Sociólogo*. México: Siglo XXI.
- Buenfil Burgos, Rosa Nidia (2004). "Foucault y la analítica del discurso". *Topos y Tropos* Número 2. Disponible en Internet: <http://www.toposytropos.com.ar/N2/decires/foucault3.htm>. Consultado en Setiembre 1 de 2010.

- Canelón, Agrivalca (1996). “Los medios de comunicación social en Venezuela, actores sociopolíticos”. *Comunicación* N° 96. Caracas: Centro Gumilla.
- Cañizales, Andrés (2005). “Medios y Política: ¿Nuevos o viejos actores?”. Ponencia presentada en el IX Simposio Nacional de Ciencia Política. Carabobo, Venezuela.
- Castañeda, Jorge (2006). *Latin America's Left Turn*. Foreign Affairs. June Issue.
- Cavarozzi, Marcelo (2006). *Autoritarismo y Democracia*. Buenos Aires: Ariel.
- Cerbino, Mauro (2004). “Comentario a la ponencia de Ignacio Ramonet: Información y Comunicación en la era de la globalización liberal, El Quinto Poder”. Disponible en <http://www.flacso.org.ec/docs/ramonet.pdf>. Consultado en Enero 15 de 2010.
- Champagne, Patrick (1999). “La Visión Mediática”. En *La Miseria del Mundo*. Buenos Aires: FCE.
- (1998). “L'argumentation n'est peut-être pas ce que l'on croit”. *Le Français Aujourd'hui*, 123 París, pags. 6-15.
- (2002). “¿Para qué sirve analizar el discurso político?”. En *Design's La Comunicación Política. Transformaciones del espacio público*. Abril N°2. Barcelona: Gedisa.
- (2003). *El discurso de la Información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Charaudeau, Patrick y Dominique Maingueneau (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Charron, Jean (1998). “Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting”. En *Comunicación y Política*. De Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon (Comp.). Barcelona: Gedisa.
- Chomsky, Noam (2003). *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica.
- Córdoba, M. Liliana (2010). “Ciudadanía, grupos de interés y democratización del Estado: algunas hipótesis a partir de la experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática”. Ponencia presentada en el Congreso Internacional Corporaciones y Grupos de Poder en la Argentina del Bicentenario: Pasado y presente. Centro de Estudios Avanzados (CEA), Junio 29, Córdoba, Argentina.

- Dagnino, Evelina, Alberto Olvera y Aldo Panfichi (2006). *La disputa por la construcción democrática en América Latina*. México: FCE-CIESAS-UV.
- Ducrot, Oswald y Tzvetan Todorov (2000). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. México: Siglo XXI.
- Eco, Umberto (1987). *Lector in fabula: la cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lúmen.
- (1994). "TV: La transparencia perdida". En *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires: Lumen.
- Eliades, Analía (2008). "Panorama actual jurídico-comunicacional de la radiodifusión en Argentina". *Oficios Terrestres*, Año XIV, N° 21.
- Escudero, Lucrecia (1997) "¿Quién es el autor de las noticias? Acerca del contrato mediático de la información", *Sociedad*, N° 11.
- (2002) "Un sujeto patémico: los desaparecidos en la prensa argentina". En *Designis La Comunicación Política. Transformaciones del espacio público*. Abril N°2. Barcelona: Gedisa.
- Exeni, José (2005). *Mediamorfosis. Comunicación política e In/gobernabilidad*. Bolivia: Plural- Fado.
- Fabbi, Paolo (1999). *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa.
- Fabbi, Paolo y Aurelia Marcarino (2002). "El Discurso Político". *Designis La Comunicación Política. Transformaciones del espacio público*. Abril N°2. Barcelona: Gedisa.
- Foucault, Michel (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Fabula Tusquets.
- Gasparini, Juan (2007). *David Graiver. El banquero de los Montoneros*. Buenos Aires: Norma.
- Getino, Octavio. (1995). *Las industrias culturales en la Argentina: dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Colihue.
- Giniger, Luis (2009). *Voces. Propuestas y debates hacia una nueva ley de medios*. Buenos Aires: Ediciones del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos C.L.
- Gómez, Gustavo (2007). "La agenda de libertad de expresión en América Latina: nuevos temas y enfoques". En *Desafíos y oportunidades para la promoción, defensa y ejercicio de la libertad de expresión en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Asociación por los Derechos Civiles.

- Gómez Mompart, Josep Luis (2002) "El campo mediático y la sociedad de la información". En *Los límites de la globalización*. Barcelona: Ariel.
- Gosselin, André (1998). "La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades". En *Comunicación y política*. Gauthier, Giles, André Gosselin y Jean Mouchon (Comp.). Barcelona: Gedisa.
- Grandi, Roberto (2002) "El sistema de los medios y el sistema político". En *La comunicación política. Transformaciones del espacio público*". Barcelona: Gedisa.
- Harvey, David (2007). *A brief history of neoliberalism*. Oxford: University Press.
- Jurado Vargas, Romel (2009). "La elaboración de la nueva legislación en comunicación del Ecuador". Disponible en <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/369/File/PDF/CentrodeReferencia/Temasdeanálisis2/violenciasyderechoshumanos/jurado.pdf>. Consultado en Marzo 8 de 2010.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1997). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edicial.
- Larrea, Ana y Pablo Ospina (2006). "Ecuador: La rebelión de los forajidos, abril de 2005". En *Democratización y tensiones de gobernabilidad en América Latina*. México: Ediciones Gernika.
- Laclau, Ernesto (1996). "¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?" En *Emancipación y Diferencia*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- (2004) "Discurso". *Topos y Tropos*. Número 1. Invierno de 2004 Disponible en Internet: <http://www.toposytropos.com.ar/N1/Decires/discurso.htm>. Consultado en Julio 20 de 2010.
- Laclau, Ernesto y Chantal Mouffe (2010). *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: FCE.
- Lamizet, Bernard (2002) "Semiótica de lo Político". *Designis La Comunicación Política. Transformaciones del espacio público*. Abril N°2. Barcelona: Gedisa.
- Lanata, Jorge (2008). "La historia se escribe en papel". *Crítica de la Argentina*, Abril 13.
- Lévy, Pierre (2007) *Cibercultura. Informe al consejo de Europa*. Barcelona: Anthropos Editorial, Universidad Autónoma Metropolitana -Iztapalapa, México.

- Llonto, Pablo (2003). *La noble Ernestina. El misterio de la mujer más rica del país*. Buenos Aires: Astralib.
- Lozano, Claudio (2006). "Argentina". En *Los gobiernos progresistas en debate: Argentina, Brasil, Chile, Venezuela y Uruguay*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO); Instituto Cuesta Duarte.
- Maingueneau, Dominique (1984). *Genèses du discours*. Liège: Mardaga.
- Martínez, Fabiana (2010). "Crisis de hegemonía y re-significación de la democracia: discursos mediáticos durante el conflicto con las entidades rurales (2008) y la discusión de la Ley de Medios (2009)". Ponencia presentada en el Congreso Internacional Corporaciones y Grupos de Poder en la Argentina del Bicentenario: pasado y presente. Centro de Estudios Avanzados (CEA), Junio 29 Córdoba, Argentina.
- Mastrini, Guillermo y Santiago Marino (2008). "Al final del período. Los límites del progresismo Políticas de Comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner". *Oficios Terrestres*, Año XIV, N° 21.
- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- McCombs, Maxwell (2004). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Morales Aldana, Elda y Liliana González Urdaneta (2005). "La Ley Resorte y la calidad de la televisión en Venezuela". *Comunicar*, N° 25. Huelva, España. Disponible en <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-156>. Consultado en Abril 7 de 2010.
- Navarrete Cazales, Zaira. (2009) "Eclecticismo teórico en las ciencias sociales". En *Análisis Político de Discurso: Dispositivos intelectuales en la investigación social*, Soriano, Reinalda y Dolores Ávalos (Coords.) México: Casa editorial Juan Pablos-PAPDI.
- Navarro Jiménez, Guillermo (2006). *Poder económico, poder político y poder fáctico*. Quito: Zitra.
- Observatorio de Investigación de medios. "Observatorios de Medios en Latinoamérica: radiografía de una región". Disponible en <http://www.flacsoandes.org/comunicacion/observatorio/investiga.php>. Consultado en octubre 6 de 2009.
- Orlando, Rocío (2010). "Poder político y medios privados en sociedades posneoliberales mediatizadas: el caso argentino". Ponencia presentada

- en el II Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales. Mayo de 2010, México D.F.
- Pêcheux, Michel y Catherine Fuchs (1975). "Mises au point et perspectives à propos de l'analyse automatique du discours". En *L'inquiétude du discours*, Denise Maldidier (Comp.) Paris: Éditions des Cendres.
- Pereyra, Sebastián (2005). "¿Cuál es el legado del movimiento de derechos humanos? El problema de la impunidad y los reclamos de justicia en los noventa". En *Tomar la palabra. Estudios sobre protesta social y acción colectiva en la Argentina contemporánea*, Federico Schuster (Comp.). Buenos Aires: Prometeo.
- Posse, Javier (2009) "El monstruo pisa fuerte". Revista En Marcha. Disponible en www.ajb.org.ar. Consultado en Julio 15 de 2009.
- Postolski, Glenn y Santiago Marino (2006). "Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios". En *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920 - 2004)*. Guillermo Mastrini (Ed). Buenos Aires: La Crujía.
- Ramírez Alvarado, María del Mar (2007). "Escenarios de comunicación en una Venezuela polarizada: del Grupo Cisneros a la Ley Resorte". *Zer Revista de Estudios de Comunicación*. Disponible en http://www.ehu.es/zer/zer22/zer22_ramirez.htm. Consultado en Abril 3 de 2010.
- Ramírez Gallegos, Franklin y Analía Minteguiga (2007). "El nuevo tiempo del estado. La política posneoliberal del correísmo". *OSAL*. Año VIII, N° 22, setiembre. Buenos Aires: CLACSO.
- Ramonet, Ignacio (1998). *La Tiranía de la Comunicación*. Barcelona: Ed. Debate.
- *El Quinto Poder*. LE MONDE DIPLOMATIQUE. ED. CHILENA. Octubre de 2003.
- (2003) *El Poder Mediático*. Revista Comunicación.
- Ramos, Julio (1993). *Los cerrojos a la prensa*. Buenos Aires: Amfin.
- Rodríguez, Graciela y Santiago Marino (2009). "Perdidos en el desierto". *Página/12*, Marzo 4, La Ventana.
- Rodrigo Alsina, Miguel (1999). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Ruiz, Fernando (2007). "Viejos y nuevos enemigos de la libertad periodística". En *Desafíos y oportunidades para la promoción, defensa y ejercicio de*

- la libertad de expresión en Argentina y América Latina* (2007). Buenos Aires: Asociación por los Derechos Civiles.
- Sader, Emir (2008). "Posneoliberalismo en América Latina". En *Posneoliberalismo en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO. CTA EDICIONES.
- (2009). *El nuevo topo: los caminos de la izquierda latinoamericana*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Salem, André (1987). *Pratique des segments répétés. Essai de statistique textuelle*. París: Klincksieck.
- Saur, Daniel (2006). "Representaciones mediáticas de la universidad pública en el contexto de un país en crisis. Un análisis en la prensa gráfica (Argentina 2001-2002)". Disertación doctoral. CINVESTAV-IPN. Departamento de Investigaciones Educativas.
- Saussure, Ferdinand de (2007). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.
- Valdettaro, Sandra (2003). "La puerta de entrada a Página/12". En *La Trama de la Comunicación*. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Volumen 8. Rosario: UNR editora.
- (2009). "Diarios: internet, la desconfianza y los árboles muertos". En *El fin de los medios. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- Vasilachis de Gialdino, Irene (1997). *Discurso Político y Prensa Escrita*. Barcelona: Gedisa.
- Vasterman, Peter (2005). "Media-Hype. Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Construction of Social Problems". *European Journal of Communication*. vol. 20, Num. 4. 508- 530.
- Verbitsky, Horacio (2009). "Señales de Humo". *Página/12*, Setiembre 27.
- Verón, Eliseo (1983). *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa.
- (1985). "Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa escrita" En *Semiotique II*. Paris: IREP.
- (2001) "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual evolucionada". En *El Cuerpo de las Imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- (1998). "Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos" en De Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon (Ed), *Comunicación y Política*. Barcelona: Gedisa.

- (1998). *La Semiosis Social*. Barcelona: Gedisa.
- (2001). *El Cuerpo de la Imágenes*. Editorial Norma.
- (2004). *Fragments de un tejido*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- (2009). “El fin de la historia de un mueble”. En *El fin de los medios. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- Verón, Eliseo y Silvia Sigal (2003). *Perón o Muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno Peronista*. Buenos Aires: Eudeba.
- Wallerstein, Immanuel (2007). *El moderno sistema mundial*. Introducción. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Wallsten, Kevin (2005) Political Blogs and the Bloggers who Blog them: Is the Political Blogosphere an Echo Chamber? Department of Political Science. Washington D.C. Disponible en: http://www.allacademic.com//meta/p_mla_apa_research_citation/0/4/1/5/5/pages41556/p41556-1.php. Consultado en Abril 24 de 2010.
- Wittgenstein, Ludwig (2008). *Investigaciones Filosóficas*. México y Barcelona: Crítica.
- Wolf, Mauro (2000). *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra (Grupo Anaya).

Documentos

- Resolución 1/2010 de la Secretaría de Comercio Interior sobre el Precio del papel de diario. Publicada en el Boletín Oficial en Enero 07 de 2010. Disponible en <http://www.microlex.com.ar/foro/competencia/131-resolucion-1-2010-secretaria-de-comercio-interior-precio-del-papel-de-diario.html>. Consultado en Enero 8 de 2010.
- Diarios sobre Diarios y Universidad Austral (2008). “Las últimas cinco décadas del periodismo de diarios en Buenos Aires”. Disponible en <http://www.diariosobrediaros.com.ar/eldsd/zonadura/2008/julio/zd-10-julio-2008.htm>). Consultado en Mayo 5 de 2010.
- Informe de investigación sobre Papel Prensa. Programa televisivo *Bajada de Línea*. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=rEnLH9610jk&feature=related>. Consultado en Agosto 10 de 2010.
- “21 puntos básicos por el derecho a la comunicación”. Disponible en <http://www.coalicion.org.ar/>. Consultado en Diciembre 5 de 2009.

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522. Disponible en http://www.copitec.org.ar/comunicados/ley_servicios_audiovisuales.pdf. Consultado en Octubre 14 de 2009.

Spots radiales de la *Coalición*. Disponibles en <http://www.coalicion.org.ar/>. Consultado en Noviembre 6 de 2009.

Documento Plataforma electoral del Frente para la Victoria. Disponible en http://www.argentinaelections.com/2006/09/cristina_fernandez.php. Consultado en Abril 13 de 2010.

Informe "Papel Prensa: la verdad". Disponible en <http://anibalfernandez.com.ar/index.php/component/search/?searchword=papel+prensa&ordering=newest&searchphrase=all>. Consultado en Setiembre 7 de 2010.

Entrevistas

E1: Ariel Weinman, director del colectivo radio Gráfica de la ciudad de Buenos Aires e integrante de la Coalición. Realización 18 de diciembre de 2009. Buenos Aires.

E2: Pascual Calichio, coordinador de Comunicación del Movimiento Barrios de Pie e integrante de la Coalición. Realización 20 de diciembre de 2009. Buenos Aires.

E3: Cecilia Merchán, diputada nacional del Movimiento Libres del Sur y partícipe de la Coalición. Realización 4 de marzo de 2010. Quito.

E4: José A. Figueroa, investigador y ex columnista de *El Telégrafo*. Realización 10 de agosto de 2010. Quito.

E5: Gustavo Abad, investigador y ex columnista y editor regional de *El Telégrafo*. Realización 4 de agosto de 2010. Quito.



Entre 2009 y 2012, tanto en Argentina como en Ecuador, una de las mayores líneas de conflicto político se desató a partir de las confrontaciones entre las figuras del poder ejecutivo y el gran espectro de medios privados. Casi desde el inicio de sus gestiones, Cristina Fernández y Rafael Correa han roto los vínculos de convivencia que sus antecesores habían sostenido con las empresas mediáticas para disputarles la construcción de representaciones en la esfera pública. Por su parte, los medios han intensificado su actuación política construyendo relatos abiertamente autorreferenciales y corporativistas. Desde ambos lados, las apuestas se despliegan en el ámbito mediático con abuso de un discurso monologal, descontextualizado y deshistorizado.

La tensión en este campo se ha traducido en luchas por la regulación estatal de la actividad de los medios, los cuales han construido vínculos políticos e incluso han acudido a los tribunales para conservar las condiciones políticas y jurídicas en las que sus intereses pueden ser reivindicados como legítimos.

Asistimos a una lucha inédita inscrita en el “campo de la discursividad” y que consiste en sucesivos intentos por cargar de contenido el significante democracia. En dicha disputa, las tensiones principales se sitúan en la concepción de libertad, de mercado y de prácticas políticas y gestión del conflicto. Se trata de configuraciones que apuestan a una rearticulación hegemónica, dentro de procesos políticos que están lejos de su cristalización.