

Universidad del Salvador  
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social  
Ciclo de Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica/Tesina

La cobertura del suplemento Campo del diario La Nación y del suplemento Rural del diario Clarín sobre el conflicto entre las cuatro entidades agropecuarias y el Gobierno Nacional

Realizado por: Fermín Pablo Koop



Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Ana Laura García Luna  
Tutor de la tesis monográfica/tesina: Prof. Alfredo Mason  
Asesor metodológico: Prof. Leonardo Cozza  
Asignatura: Tesina

Buenos Aires, abril 2012  
ferminkoop@hotmail.com  
DNI 33857586  
1537790943

## **Abstract (resumen)**

Esta investigación es de tipo descriptivo y aborda el tratamiento y la representación que los suplementos *Rural* del diario *Clarín* y *Campo* del diario *La Nación* realizaron del conflicto ocurrido en Argentina entre el Gobierno Nacional y el sector agropecuario, a raíz de una medida que modificaba el sistema de retenciones a las exportaciones agropecuarias.

El período analizado comienza un mes antes del conflicto y se prolonga hasta un mes después, yendo así del 16 de febrero al 9 de agosto del 2008. Así no sólo se puede observar la cobertura periodística desde el anuncio de la resolución por parte del Ministerio de Economía hasta su rechazo en la Cámara de Senadores, sino también conocer la estructura y la cobertura de los suplementos previo y luego del conflicto.

Se pretendió determinar a través de que mecanismos ambas publicaciones mostraron una postura favorable al modelo agroexportador en la economía argentina. Además, se propuso demostrar los vínculos económicos y políticos de los suplementos con el sector agropecuario e indagar en la representación que se hizo de los principales actores del conflicto.

Para realizar la investigación, se tomaron como base conceptos teóricos de especialistas en materia de comunicación. Entre ellos, se destacan Graciela Rodríguez, Lila Luchessi, Héctor Borrat, Eliseo Verón, Maxwell McCombs y Donald Shaw.

La idea de Luchessi y Rodríguez según la cual los medios no son meras cadenas de difusión sino actores clave del funcionamiento social y también de la institución y la dinámica en las construcciones de sentido, dio el punto de partida para el estudio. De acuerdo a las investigadoras, “*los medios ponen en circulación bienes culturales portadores de significados y regidos por las lógicas del mercado*”<sup>1</sup>.

Otra de las teorías que guió el proceso de la investigación fue la de Borrat, quien desarrolló el concepto del periódico como actor social puesto en acción por otros actores

---

<sup>1</sup> Lila Luchessi y M. G. Rodríguez, *Fronteras Globales: Cultura, política y medios de comunicación*, Buenos Aires, La Crujía, 2007, p.10.

sociales. El diario, según Borrat, construye su identidad como narrador y comentarista de conflictos entre los actores de la actualidad periodística. Pero además, participa del conflicto, a veces como parte principal y otras, como tercero involucrado. “*El periódico influye sobre el Gobierno, pero también sobre los partidos políticos, los grupos de interés, los movimientos sociales, los componentes de la audiencia*”<sup>2</sup>, agrega el autor.

Por último, el concepto de Verón según el cual el análisis del sentido es posible porque el sistema productivo deja huellas en los productos también sirvió para el estudio. Los discursos de los suplementos llevaron a la construcción social de la realidad hecha por ellos mismos. Para Verón, “*los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un ‘real’ (...) sino más bien dispositivos de producción de sentido*”<sup>3</sup>.

El trabajo se realizó mediante el análisis de los contenidos de los suplementos. Artículos informativos, columnas de opinión, fotografías y cartas de lectores fueron sujeto de estudio de manera minuciosa y exhaustiva. La muestra investigada fue muy amplia al haber cubierto todos los ejemplares de ambos suplementos durante los meses que duró la controversia. Se indagó en el estilo periodístico, la ideología de los periodistas, las fuentes consultadas y el tratamiento informativo.

Los resultados y conclusiones confirmaron la hipótesis planteada. Efectivamente, el suplemento *Rural* del diario *Clarín* y el suplemento *Campo* del diario *La Nación* mostraron una posición favorable al modelo agroexportador en la cobertura del conflicto del sector agropecuario con el Gobierno Nacional. Ambas publicaciones brindaron un mayor espacio a aquellas voces que coincidían con su posición y utilizaron los testimonios de las fuentes consultadas para poner en boca de otros lo que ellos mismos querían decir. Se recurrió al uso de fotografías e infografías para reforzar la visión del medio.

**Palabras clave:** modelo agroexportador, construcción de sentidos y significados, retenciones móviles, representación del conflicto.

---

<sup>2</sup> Héctor Borrat, *El periódico, actor político*, Barcelona, Gustavo Gili, 1989, p.10-11.

<sup>3</sup> Eliseo Verón, *Construir el acontecimiento*, Buenos Aires, Taurus, 1998, p.14/15.

## INDICE GENERAL

### I) CUERPO CENTRAL

#### 1. Introducción

1.1 Objetivos específicos. Finalidad de la investigación

1.2 Hipótesis

1.3 Marco metodológico

1.3.1 Variables

1.4 Marco teórico

1.5 Marco de referencia

#### 2. Contexto histórico-político

2.1 Los actores del sector agropecuario

2.2 Desarrollo histórico del agro y políticas implementadas para el sector

2.2.1 La crisis económica y la llegada de la industrialización

2.2.2 El peronismo y la sustitución de importaciones

2.2.3 Fin de la guerra y comienzo de una oportunidad para el sector agropecuario

2.2.4 El golpe militar de 1976 y la crisis del sector agropecuario

2.2.5 Raúl Alfonsín: El regreso de la democracia y la profundización de la crisis

2.2.6 El gobierno de Carlos Saúl Menem y el nacimiento de la convertibilidad

2.2.7 La Alianza: Crisis y fin de un modelo

2.2.8 Eduardo Duhalde y el regreso de las retenciones

2.2.9 El Gobierno de Néstor Kirchner y el anticipo del conflicto

2.3 Los vínculos entre el sector agropecuario y *Clarín* y *La Nación*

2.3.1 Expoagro, un negocio millonario

2.3.2 Ayuí Grande y un proyecto lleno de polémica

#### 3. Un nuevo modelo agropecuario: Biotecnología y soja

3.1 La revolución verde

3.2 La historia de la biotecnología

3.3 Alimentos transgénicos en Europa

3.4 La soja transgénica en Argentina

3.5 Rendimiento de la soja transgénica

3.6 Las críticas al modelo

#### 4. Desarrollo del trabajo de análisis

4.1 Suplemento *Rural* del diario *Clarín*

4.1.1 Las fuentes consultadas por el suplemento

4.1.2 La cobertura de *Clarín Rural* sobre la soja

4.1.3 La mirada de los periodistas durante el conflicto

4.1.4 Conclusión parcial

4.2 Suplemento *Campo* del diario *La Nación*

4.2.1 Las fuentes consultadas por el suplemento

4.2.2 La cobertura de *La Nación Campo* sobre la soja

4.2.3 La mirada de los periodistas durante el conflicto

4.2.4 Conclusión parcial

5. Conclusiones finales

## II) SECCIÓN DE REFERENCIAS

1. Bibliografía

2. Reseña



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## I) Cuerpo central

### 1. Introducción

El 11 de marzo de 2008 el ministro de Economía Martín Loustean anunció en conferencia de prensa la modificación del nivel de retenciones a las exportaciones de soja, girasol, maíz y trigo para eliminar las diferencias de precios que esos productos habían tenido meses atrás. Desde ese día, se utilizaría un mecanismo de retenciones móviles para lograr que el precio neto del exportador siga siendo el mismo, a pesar de que la cotización internacional se moviera hacia arriba o hacia abajo.

El anuncio del cambio de sistema fue muy próximo a la cosecha de la mayoría de los cultivos, por lo que la medida tomó por sorpresa a los productores agropecuarios. En ese marco, la reacción de oposición a la nueva medida fue casi espontánea. Las cuatro entidades agropecuarias de mayor importancia (SRA, FAA, CONINAGRO y CRA) pidieron la derogación de la medida pero el Gobierno Nacional siguió adelante con ella.

Lo que al principio pareció como una simple protesta de un único sector de la economía nacional se convirtió en un conflicto de grandes proporciones que involucró a importantes sectores del país. Los referentes de las entidades llevaron a cabo cortes de ruta que generaron el desabastecimiento de las grandes capitales y se produjeron grandes manifestaciones en pueblos y ciudades en defensa de los intereses del sector. El Gobierno Nacional y los representantes agropecuarios llamaron a la ciudadanía a reunirse para defender la posición que cada uno proclamaba. Los dos sectores lucharon por conseguir una convocatoria más importante que la de su oponente.

En el común ciudadano surgieron dos posiciones extremas. Por un lado, quienes consideraban que se trataba de un conflicto entre el campo popular y la oligarquía. Según ellos, el Gobierno imponía retenciones al campo en defensa de los intereses de todos los argentinos. Del otro lado, se sostenía que la voracidad fiscal del Estado oprimía al campo, el cual es el motor de la economía nacional. Por lo tanto la única alternativa viable para ser escuchados consistía en desabastecer al resto de la sociedad.

Detrás de estas dos posiciones se encontraba la defensa a un determinado modelo de desarrollo. Algunos fomentaron un modelo agroexportador por el buen momento del contexto internacional, haciendo del país un gran exportador de productos agrícolas e importador de manufacturas básicas. Otros defendieron al núcleo duro industrial, fomentando el desarrollo de una mayor actividad en ese sector.

A lo largo del conflicto los medios de comunicación masivos ocuparon un papel fundamental al tratar el tema diariamente en sus respectivas publicaciones. Pero la relevancia de su rol trascendió las páginas dedicadas a la disputa agraria. Los medios son capaces de generar sentido e interpretaciones y definen la verdad sobre actores políticos y sociales.

Las medidas de fuerza llevadas a cabo polarizaron a la opinión pública, obligando al ciudadano a posicionarse a favor o en contra de las retenciones. Los medios no escaparon a esto y en la necesidad de no perder el lugar de una supuesta neutralidad mostraron lo que muchas veces quisieron ocultar: los modos de construcción de la información.

Pocas veces el ciudadano argentino se había detenido a analizar como se construyen las noticias contenidas en el periódico que lee todos los días. Los medios, hasta entonces, eran vistos tan solo como el reflejo de la realidad, el lugar donde informarse objetivamente sobre lo ocurrido en todo el mundo. Pero eso cambió. El conflicto significó un quiebre en ese sentido. Distintas organizaciones, algunas facultades y pocos pero al menos algunos medios de comunicación empezaron a analizar la manera en la que se reflejaba lo sucedido. Las sorpresas fueron muchas.

El presente trabajo se propone analizar el protagonismo de la prensa escrita durante el conflicto y, sobre todo, su influencia y poder como escenario simbólico en el que tuvo lugar la contienda. La investigación se referirá exclusivamente al suplemento *Rural* del diario *Clarín* y al suplemento *Campo* del diario *La Nación*, únicos periódicos de tirada nacional que poseen una publicación dedicada al sector agropecuario.

La cobertura realizada por estos suplementos es un factor de marcada importancia ya que es en sus páginas y no en el cuerpo principal donde queda reflejada de manera más

clara la postura de estas empresas periodísticas frente al conflicto. Los vínculos económicos de ambas publicaciones con la actividad agropecuaria a partir de la exposición *Expoagro* y de otros emprendimientos como Ayuí Grande, que se desarrollarán más adelante, hacen aún más importante una investigación de estas características.

El objetivo general de la investigación es determinar a través de que mecanismos los suplementos *Campo* del diario *La Nación* y *Rural* del diario *Clarín* mostraron una postura favorable al modelo agroexportador en la economía argentina.

## 1.1 Objetivos específicos. Finalidad de la investigación

A partir del objetivo general se fijan los siguientes objetivos específicos:

- Analizar la estructura de los dos suplementos y los cambios ocurridos en ella a partir del conflicto agropecuario.
- Establecer cuál es la relación entre los suplementos, su historia y el sector agropecuario.
- Indagar cómo fue la representación de los distintos sectores implicados en el conflicto.
- Examinar cuál fue la postura planteada en relación a los cultivos de soja y a los cambios en el sistema de retenciones.

Los cuestionamientos principales que se pretenden responder a lo largo de esta tesis son:

- ¿Cómo es la estructura de los suplementos *Campo* del diario *La Nación* y del diario *Clarín* y qué cambios se produjeron en ella a partir del conflicto?
- ¿Cuáles fueron los auspiciantes comerciales de los suplementos, a que actividad aparecen relacionados y si sufrieron algún tipo de cambio a partir del conflicto?
- ¿Cómo se caracterizó a los principales actores y a los secundarios?
- ¿Cómo se evaluaron los cortes de ruta y los desabastecimientos?
- ¿De qué manera se representó al campo y de qué manera al gobierno?

- ¿El tratamiento tuvo centro en los acontecimientos ocurridos o en los protagonistas?
- ¿Qué postura marcaron los suplementos en relación a los cultivos de soja?
- ¿La cantidad de fuentes reflejadas de cada lado es equitativa o no?
- ¿Las columnas de opinión reflejaron las dos posturas o no?
- ¿Qué reflejaron las fotografías y qué importancia tuvieron?

Se considera que la investigación propuesta aquí tendrá una destacada relevancia al analizar el tratamiento informativo de los suplementos destinados al sector agropecuario de *Clarín* y *La Nación*. Su estudio significa un gran aporte al ámbito de la comunicación ya que brinda la posibilidad de ahondar aun más en las dos publicaciones con más tiraje de nuestro país. Además, permite reflejar la estructura de dichos suplementos y saber a que elementos del conflicto se les brindó un mayor tratamiento y cuales fueron ignorados. Poner en evidencia a los medios de comunicación como actores poderosos de la sociedad capaces de influenciar a la opinión pública en un sentido determinado, necesariamente provoca un cambio al momento de leer las noticias. Se difunde así una mirada más crítica de ellas, siendo esto un avance importante y necesario para la sociedad.

Se destaca la necesidad de incentivar en los ámbitos académicos investigaciones que sirvan para crear una mayor conciencia del papel que ocupan los medios en la sociedad. De acuerdo a lo recabado, esta investigación significa un aporte académico al ahondar en aspectos que no han sido tenidos en cuenta por trabajos anteriores. No se trata únicamente de definir cual fue el tratamiento informativo de los suplementos, sino también ahondar profundamente en su estructura.

## 1.2 Hipótesis

En la cobertura del conflicto del sector agropecuario con el gobierno nacional, el suplemento *Rural* del diario *Clarín* y el suplemento *Campo* del diario *La Nación* mostraron una posición favorable al modelo agroexportador.

### 1.3 Marco metodológico

El estudio que esta investigación propone es de tipo descriptivo. Se analizará la información recopilada en el trabajo de campo utilizando como método el análisis del discurso. El mismo se interesa por los niveles latentes de información en los textos. Bajo este nombre, se reúnen un conjunto de teorías, aparatos conceptuales, metodologías y prácticas que tienen en común el estudio sistemático de la comprensión de los sentidos de los discursos de la sociedad. Se tomarán los elementos pertinentes de cada una de ellas para analizar la cobertura que realizaron los suplementos del conflicto agropecuario.

El análisis del discurso es una transdisciplina que surgió en 1960 y estudia sistemáticamente el discurso escrito y hablado como una forma del uso de la lengua, como evento de comunicación y como interacción, en sus contextos cognitivos, sociales, políticos, históricos y culturales. Si bien cada enfoque del análisis del discurso entiende algo distinto por discurso e interpreta de manera diferente la relación del discurso con la sociedad, estos dos aspectos aparecen siempre.<sup>4</sup>

Su principal objetivo es producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje. Estas descripciones tienen dos dimensiones principales: textual y contextual. Las textuales dan cuenta de las estructuras del discurso en diferentes niveles de descripción mientras que las contextuales relacionan estas dimensiones estructurales con diferentes propiedades del contexto. El sociólogo Teun van Dijk considera que el discurso no es solo texto, sino también una forma de interacción. Así, “*el análisis del discurso pretende saber como influyen los procesos cognitivos específicamente sobre la producción y el entendimiento de las estructuras del discurso y como las estructuras del discurso influyen y son influidas por la situación social*”<sup>5</sup>, sostiene Van Dijk.

---

<sup>4</sup> Damián Fernández Pedemonte, *La violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales*, Argentina, La Crujía, 2001, p.30.

<sup>5</sup> Teun Van Dijk, *La Noticia como Discurso: comprensión, estructura y producción de la información*, España, Paidós 1990, p.53.

Damián Fernández Pedemonte<sup>6</sup> considera que en las actuales investigaciones en Análisis del Discurso se pueden distinguir tres grandes líneas<sup>7</sup>:

-Análisis lingüístico del discurso. Toma a la disciplina como una lingüística aplicada y se centra en manifestaciones lingüísticas de los medios de comunicación, tanto escritas como orales. Surgió para dar cuenta de fenómenos como los planes de organización global de los textos. Se preocupa por el rastro dejado por el contexto en el texto en forma de operaciones discursivas. La mayor parte de su análisis se concentra en fenómenos estrictamente lingüísticos.

-Análisis crítico del discurso. Se interesa por el rol del discurso en la reproducción de la dominación, entendida como poder social de algunas elites que genera inequidad social. Se preocupa por la relación entre las estructuras del discurso y las estructuras del poder. Al estudio de las estrategias discursivas se suma el análisis del acceso al poder simbólico. Se trata de una práctica focalizada en lo temático, en la medida en que las teorías y descripciones están elaboradas en función de cuestiones sociales

-Análisis semiótico del discurso. Esta tercera línea toma muchos modelos y herramientas para analizar la producción de sentido en textos constituidos por una pluralidad de códigos, sobre todo en los medios de comunicación. Busca constituirse en un saber cultural sobre los significados de los productos simbólicos en la sociedad.

Se aplicará el Análisis del Discurso a las coberturas periodísticas que el suplemento *Rural* del diario *Clarín* y el suplemento *Campo* del diario *La Nación* realizaron sobre el conflicto entre el sector agropecuario y el Gobierno Nacional. El mayor esfuerzo de esta tesina será descubrir, revelar y divulgar aquello implícito, lo que por algún motivo esta escondido o no es inmediatamente obvio.

Se someterá a un análisis a la estructura completa de los dos suplementos. Así, se tendrán en cuenta los artículos informativos, los artículos de opinión, los títulos y las bajadas, los anunciantes, las caricaturas, las fotografías, las editoriales y todos los

---

<sup>6</sup> Damián Fernández Pedemonte. Doctor en Letras e investigador del CONICET.

<sup>7</sup> Damián Fernández Pedemonte, *La violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales*, Argentina, La Crujía, 2001, p.30-32.

elementos que se consideren relevantes para el análisis. Se confeccionarán planillas con cada día en el período de tiempo que abarca el presente estudio donde se volcarán los datos relevantes recopilados de cada artículo de los suplementos.

### 1.3.1 Variables

-Representación que realiza el suplemento *Campo* del diario *La Nación* y el suplemento *Rural* del diario *Clarín* de los actores del conflicto. Esta variable será desagregada en los siguientes indicadores:

- Secciones/Vínculo con tapa.
- Tendencia a lo narrativo o a lo argumentativo.
- Estilo de notas.
- Fotografías que refuerzan el sentido del texto.
- Fuentes a las que recurre y voces que escucha.

-Intereses del medio en su desenvolvimiento como actor político. Esta variable será desagregada del análisis de las representaciones del conflicto hechas por los suplementos, a partir de la propia lectura de los artículos. Para ello se tendrán en cuenta el estilo periodístico de los ejemplares, su relación con sectores de la sociedad, sus anunciantes, la ideología de los periodistas y los vínculos e intereses compartidos con el sector agropecuario.

## 1.4 Marco teórico

Para la realización de esta investigación se tendrán en cuenta un conjunto de teorías, paradigmas y definiciones que serán de utilidad para interpretar y comprender el fenómeno que se desarrolla en la Tesina.

Se considerará una definición de medios de comunicación, los conceptos de “subinformación” y “desinformación” de Sartori (*Homo Videns*. 1998), la teoría del “establecimiento de agenda” enunciada por McCombs y Shaw (*La investigación de la comunicación de masas*. Wolf 2004), la noción de representación según la perspectiva de

Luchessi y Rodríguez (*Fronteras globales: Cultura, política y medios de comunicación*. 2007), las sociedades “mediáticas y mediatizadas” de Verón (*Construir el acontecimiento*. 1998. *El cuerpo de las imágenes*. 2001) y el concepto de periódico como actor social de Borrat (*El periódico, actor político*. 1989).

### **Hacia una nueva definición**

El escenario mediático actual, puesto en discusión a partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, lleva a la reflexión acerca del concepto de “medios de comunicación”.

Para definir al sistema de medios se propone partir de las siguientes concepciones. En primer lugar, Santiago Marino<sup>8</sup> teoriza una visión crítica que adhiere a los propósitos de esta Tesina.

*“Los medios de comunicación son organizaciones complejas que trabajan con una mercancía de doble valor: material y simbólico. Por un lado, cumplen un rol social clave, dado que son los grandes productores de discursos y sentidos [incluso cuentan] con la capacidad de brindar o quitar visibilidad a temas, acciones y actores sin que esto pueda ser puesto en discusión. Por otro lado, el sistema de medios privado-comercial produce y distribuye sentidos con objetivos económicos, los trabaja como mercancía y los pone en circulación con la lógica de flujo. Es decir, la información viaja en un solo sentido (...)”<sup>9</sup>.*

Por su parte, Lila Luchessi<sup>10</sup> y María Graciela Rodríguez<sup>11</sup> consideran que los medios no son meras cadenas de difusión sino que son actores clave del funcionamiento social y también de la institución y la dinámica en las construcciones de sentido. Asimismo, sostienen que, en los inicios del siglo XXI, los medios masivos se transformaron en la arena en la que la hegemonía pujará para construir y acumular su poder.

Por último, Marino propone concebir a los “medios masivos de comunicación” como “agentes corporativos de información”, (...) que cuentan con capacidad económica y

<sup>8</sup> Santiago Marino. Filósofo, novelista, ensayista y docente. Magíster en Comunicación y Cultura.

<sup>9</sup> Santiago Marino, “*Politizar la comunicación*”, Página/12, Buenos Aires, 26 de noviembre de 2008, p. 18

<sup>10</sup> Lila Luchessi. Doctora en Ciencia Política y licenciada en Ciencias de la Comunicación.

<sup>11</sup> María Graciela Rodríguez. Magíster en Sociología y doctora en Ciencias Sociales.

política para afectar (si no definir) en grado importante el escenario de discusión y acción cotidiana<sup>12</sup>.

Con lo expuesto, se plantea un nuevo significado desde una perspectiva crítica: si bien los medios de comunicación son agentes importantes en la estructura social, no se limitan a transmitir la información de manera íntegra sino que le otorgan un determinado sentido de acuerdo a sus intereses particulares. En consecuencia, el rol del sistema de medios y las condiciones para participar en el espacio público quedan reducidos a una lógica comercial.

La definición del concepto de medios de comunicación será la base sobre la que se construirá este trabajo, porque permite comprender que no sólo son transmisores de información sino que también participan en la construcción de los acontecimientos, otorgando voz a determinados actores sociales, de acuerdo a sus intereses.

### **Desinformación y subinformación**

¿Qué significa informar? Significa proporcionar noticias, dar nociones sobre acontecimientos y también sobre el saber. Pero información no es igual a conocimiento, es decir, no implica entender aquellas nociones:

- Mientras la información puede ser pública o privada, esto es, estar al alcance de todos o sólo de una elite; el conocimiento es un proceso personal que depende de cada individuo.
- La información por sí sola carece de un filtro ya que no solamente transmite conocimientos. En cambio, en el conocimiento ya intervino la inteligencia desechando la información que no sirve para lo que busca el receptor.
- Para ser transmitida la información, sólo se requiere un receptor; el conocimiento requiere un sujeto cognoscente para ser adquirido.

En este sentido, Giovanni Sartori<sup>13</sup> distingue entre desinformación y subinformación. La primera *“es una distorsión de la información: dar noticias falseadas*

<sup>12</sup> Santiago Marino, *“Masivos o corporativos”*, Página/12, Buenos Aires, 4 de noviembre de 2009, p.17

<sup>13</sup> Giovanni Sartori. Licenciado en Ciencias Sociales. Docente, escritor e investigador de Ciencia Política.

*que inducen a engaño al que las escucha”. Mientras que la segunda hace referencia a “una información totalmente insuficiente que empobrece demasiado la noticia que da, o bien el hecho de no informar (...)”<sup>14</sup>.*

Para la presente investigación se tendrán en cuenta los conceptos de “subinformación” y “desinformación” al momento de analizar los suplementos y se verificará si los mismos estuvieron presentes en la cobertura del conflicto entre el sector agropecuario y el Gobierno Nacional.

### **La agenda mediática**

Maxwell McCombs<sup>15</sup> y Donald Shaw<sup>16</sup> desarrollaron el concepto de *Agenda Setting* para referirse a la capacidad de los medios de centrar la atención de la opinión pública en determinados temas presentados por ellos como los más importantes en un momento determinado. Así, se sesga la orientación de la atención del público hacia determinados temas y la importancia que le da a cada acontecimiento está influenciada por la relevancia que los medios le otorgan.

Shaw y McCombs llevaron a cabo una prueba empírica en 1986 durante las elecciones presidenciales en Estados Unidos que los llevó a la conclusión de que los medios ejercen un poderoso impacto sobre las percepciones de los votantes. Su hipótesis acerca de la función del establecimiento de agenda llevó la mirada de los expertos hacia el poder de los medios y hacia una nueva manera de entender las relaciones entre estos y la opinión pública. Así, Shaw sostiene:

*“Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas”<sup>17</sup>.*

<sup>14</sup> Giovanni Sartori, *Homo Videns*, Buenos Aires, Taurus, 1998, p.80

<sup>15</sup> Maxwell McCombs. Licenciado en Letras. Periodista, docente e investigador.

<sup>16</sup> Donald Shaw. Doctor en Periodismo. Docente, escritor e investigador.

<sup>17</sup> Mauro Wolf, *La investigación de la comunicación de masas*, Buenos Aires, Paidós, 2004, p.163

Mediante el concepto de *Agenda Setting* se intentará demostrar cómo influyen los medios al limitar los asuntos que se tratan a partir de un proceso de selección, a cargo de los gatekeepers, y cómo definen también la forma en que estos asuntos serán tratados.

Orlando D'Adamo<sup>18</sup>, Virginia García Beaudoux<sup>19</sup> y Flavia Freidenberg<sup>20</sup> destacan la importancia del fenómeno denominado disponibilidad heurística, que es la tendencia psicológica humana a juzgar un acontecimiento como más probable cuanto más fácilmente puede ser representado o recordado por la mente. Desde el punto de vista del funcionamiento cognitivo, este fenómeno se apoya principalmente en el hecho de que la información más vívida se recuerda mejor.

Así, por lo general, *“los individuos dedican mayor consideración y otorgan un mayor peso relativo a los datos que son presentados por los medios de manera personal, emocional o muy gráfica, que a los datos que son más válidos desde un punto de vista estadístico pero que son emocionalmente neutrales”*<sup>21</sup>, sostienen los autores. De este modo, los estímulos y casos vívidos atraen más la atención que los menos vívidos y así resulta que vienen primero a la mente, permaneciendo como las categorías más accesibles o fácilmente recuperables de la memoria.

Algunas investigaciones defienden la idea de que los medios influyen no sólo por que resaltan la importancia de determinados temas sobre otros, sino también por que proporcionan los estándares que las personas adoptan para evaluar cuestiones políticas. Y aquí es donde aparece el concepto del *“Priming”*. D'Adamo, Beaudoux y Freidenberg consideran que *“la primacía sugiere que la exposición que se da a un contenido o mensaje, activa en el público un concepto que aumenta la probabilidad de que los pensamientos relacionados con el sean fácilmente accesibles para la mente”*<sup>22</sup>.

El efecto de primacía se potencia a partir de los medios de comunicación, en tanto ellos tienen la capacidad de determinar qué es lo que se mantiene presente y que se ignora

<sup>18</sup> Orlando D'Adamo. Doctor en Psicología. Profesor, escritor y analista político.

<sup>19</sup> Virginia García Beaudoux. Doctora en Psicología. Conferencista, profesora y escritora

<sup>20</sup> Flavia Freidenberg. Doctora en Ciencias Políticas. Profesora, consultora y escritora.

<sup>21</sup> Orlando D'Adamo, et al, *Medios de comunicación, efectos, políticas y opinión pública*, Buenos Aires, De Belgrano, 1999, p.219.

<sup>22</sup> Ibidem, p.237

u olvida. Así, los temas que recibieron un tratamiento extenso en los medios tienen mayores posibilidades de presentarse en los pensamientos de las personas, generando un impacto sobre las evaluaciones políticas que realicen.

Al concepto de primacía se le agrega el de encuadre, que se refiere a la capacidad de los medios de provocar diferentes conclusiones en el público de acuerdo a la manera en la que le presentan la información. El efecto del “*Framing*” se establece mediante la coincidencia entre el encuadre que realizan los medios de los temas que presentan y el encuadre que el público hace de esas noticias. Los individuos tienen la necesidad de encontrar esquemas de interpretación que permitan ubicar, identificar y percibir la información que reciben del entorno.

El tratamiento selectivo de la información por parte de los medios crea estereotipos en la audiencia basados en esquemas cognitivos, los cuales derivan en acepciones del público hacia los actores sociales de acuerdo a lo que los medios publican. El conflicto entre el sector agropecuario y el gobierno nacional sirve para ejemplificar esta teoría, donde cada suplemento analizado abordó los hechos según su línea editorial y en consecuencia orientó la opinión de los lectores con respecto al tema.

### **Los medios como representación de la realidad**

Las doctoras Luchessi y Rodríguez analizan las representaciones de los medios de comunicación desde la perspectiva de los espacios comunicacionales y la vida cotidiana. Plantean que dichas representaciones se producen dentro de un proceso de globalización que provoca cambios en nociones tradicionales que afectan a la vida cotidiana. También establecen que los medios masivos forman parte del proceso de globalización y al mismo tiempo son condición de existencia del fenómeno global.

En este contexto, la representación de los medios es la forma en que estos dan sentido a los acontecimientos y hechos sociales y políticos, es decir, no se conforman con transmitir sino que buscan imponer su propia representación y la lógica del discurso único. Además, los significados que difunden los medios hegemónicos se diferencian de los significados individuales por el hecho de que se sostienen en la razón universal. Es así

como las autoras entienden que en función de las relaciones de poder que se establecen entre los sujetos y la representación, ésta posee funciones legitimantes y legislativas y no se constituye como mero reflejo sino como fuerza activa en la construcción social de la realidad. En ese sentido, Luchessi y Rodríguez consideran:

*“En el contexto histórico, político, cultural y económico actual, los medios masivos de comunicación no pueden pensarse como meras cadenas de difusión. Si en otros momentos la comunicación política tenía en los medios una herramienta, en los inicios del siglo XXI ellos se transforman en la arena en la que la hegemonía luchará por construir y acumular su poder”<sup>23</sup>.*

Como resultado de la triangulación entre ciudadanía, medios y poder político, los ciudadanos quedan confinados a un espacio político en el que la acción refrenda o invalida las ambiciones de los integrantes de la hegemonía y su papel se limita a la opinión. Lo que antes los individuos delegaban en las instituciones democráticas ahora lo hacen en los medios y por lo tanto el poder de representación de los mismos crece. A partir de ello, para las autoras los ciudadanos se convierten en consumidores y lo político se vuelve un producto.

Por otra parte, es importante destacar la diferencia entre la representación política y la representación mediática que exponen María Graciela Rodríguez y Santiago Marino. El primer término hace referencia al sustento de la democracia, la cual se maneja desde acuerdos y desacuerdos. En resumen, la representación política es el espacio donde se sustenta el debate público. Mientras que la representación mediática es guiada por intereses mercantilistas.

*“Los medios ponen en circulación bienes culturales portadores de significados y regidos por las lógicas del mercado; que son a la vez mercancía y vehículos de significación, que no sólo poseen un valor (económico) de cambio, sino que son condición y motor para el establecimiento de consensos”<sup>24</sup>.*

De esta manera Marino y Rodríguez concluyen que ambas representaciones no son equivalentes porque mientras las instituciones democráticas intentan darles voz a todos los

<sup>23</sup> Lila Luchessi y M. G. Rodríguez, *Fronteras Globales: Cultura, política y medios de comunicación*, Buenos Aires, La Crujía, 2007, p.10.

<sup>24</sup> Santiago Marino y María Graciela Rodríguez, *Más democracia*, Página/12, Buenos Aires, 23 de julio de 2008, p. 14.