

## Herramientas teóricas y estrategias metodológicas para un análisis político-crítico del discurso de la prensa como actores de poder

### Theoretical tools and methodological strategies for a political-critical analysis of the discourse of the press as power actors

Hernán, Fair

**Fair Hernán** hernanfair@conicet.gov.ar  
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

**Intersecciones en Comunicación**  
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina  
ISSN-e: 2250-4184  
Periodicidad: Semestral  
vol. 1, núm. 18, 2024  
intercom@soc.unicen.edu.ar

Recepción: 20 Octubre 2023  
Aprobación: 28 Diciembre 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/216/2164872002/>

DOI: <https://doi.org/10.51385/ic.v1i18.193>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

**Resumen:** El presente trabajo aporta herramientas innovadoras y útiles de investigación para realizar un Análisis Político-Crítico de la prensa como un actor de poder predominante, desde un enfoque posmarxista. Se proponen recursos para analizar la construcción mediática de las noticias, el encuadre, las posiciones de la prensa frente a otros/as actores y los modos de distorsión, recontextualización, exclusión y falsedad informativa. Luego, se aportan herramientas para el estudio de la prensa escrita en perspectiva comparada. En la segunda parte, se despliegan estrategias metodológicas para la investigación empírico-discursiva de la prensa y se ejemplifica sobre sus usos.

**Palabras clave:** Teoría de la hegemonía, Medios de comunicación y política, Ideología, Agenda setting y encuadre mediático, Investigación social.

**Abstract:** This work provides some innovative and useful research tools to carry out a Political-Critical Analysis of the press as an actor of predominant power, from a post-Marxist approach. It proposes resources to analyze the media construction of news, the framing, the positions of the press about other actors, and the modes of distortion, recontextualization, exclusion and false information. Then, it provides tools for the study of the written press in a comparative perspective. In the second part, it proposes methodological strategies for empirical-discursive research on the press and exemplified about its uses.

**Keywords:** Theory of hegemony, Media and politics, Ideology, Agenda setting and framing, Social research.

## Introducción

Para la teoría de la hegemonía de Laclau lo social está atravesado por relaciones desiguales de poder, antagonismos y formas de dominación constitutivos (Laclau, 1993). De este modo, el análisis político-discursivo no se reduce a ciertos agentes (por ejemplo, dirigentes de partidos políticos o sindicalistas) o

espacios (por ejemplo, el Congreso), sino que atraviesa las diferentes estructuras, organizaciones y espacios en los que se expresan relaciones de poder y se ejerce influencia social. Como destaca Oscar Landi: “La definición de lo que es y de lo que no es político en la sociedad en un momento dado, es producto de los conflictos por la hegemonía” (Landi, 1988: 202).

La teoría laclauiana no analizó el papel de los medios de comunicación como actores políticos, es decir, como actores de poder. Desde América Latina algunos estudios destacaron la mediatización política (Da Porta, 2000; Magrini y Quiroga, 2017) y analizaron el discurso de los medios masivos (Fair, 2010). Sin embargo, son escasas las investigaciones en el Análisis Político del Discurso (APD). En respuesta a este problema, en este trabajo articularemos herramientas conceptuales del Análisis Crítico del Discurso (ACD), la teoría de la enunciación, la teoría de la *agenda setting* y el encuadre mediático. De este modo, buscamos contribuir a lo que definimos como un *Análisis Político-Crítico del Discurso* (APCD) de los medios, desde una perspectiva posmarxista.

#### **Consideraciones para el análisis de la prensa en la investigación social**

La prensa escrita, y en particular los diarios de circulación nacional, son una fuente relevante y útil para recabar información y realizar un análisis de los discursos en la investigación. Esta importancia se justifica por:

**Capacidad de establecer la agenda pública:** los principales diarios matutinos de alcance nacional tienen una capacidad privilegiada de jerarquizar y fijar la agenda de cuestiones o temas de conversación pública (“agenda setting”) y el encuadre (*frame*) de las noticias<sup>1</sup>. De este modo, son los principales encargados de instalar las temáticas y acontecimientos que luego son reciclados en la radio y televisión.

**Acceso a discursos de una pluralidad de actores de poder que construyen en ese espacio hegemonía:** el análisis de la prensa escrita permite abordar los argumentos públicos y las prácticas sociales e institucionales de una multiplicidad de actores políticos y sociales que construyen sentido y disputan por la hegemonía. Actualmente, además, los principales diarios reproducen en sus portales electrónicos acontecimientos y discursos de diversos actores/as que son enunciados en otros soportes y plataformas (audiovisuales, digitales).

**Caja de resonancias que amplifica y expande los discursos:** en el marco de la mediatización de la política (Mata, 1992; Vommaro, 2008; Fernández, 2014), los diarios nacionales incrementan y amplían el rango de influencia, alcance social y capacidad performativa de los discursos que desde allí se enuncian (Sánchez, 2008: 820). En estas circunstancias, actúan como una caja de resonancias en donde los discursos se publicitan, se expanden y alcanzan mayor gravitación política.

**Constituyen empresas de medios diversificadas e integradas:** los principales diarios forman parte de grupos económicos privados con fines de lucro y defienden intereses particulares (aunque discursivamente estructurados). Una parte de estas empresas constituyen conglomerados que concentran la información de forma oligopólica y están diversificados hacia otros medios de comunicación (Murciano, 2004; Mastrini y Becerra, 2006; Becerra y Mastrini, 2017). De este modo, tienen una mayor capacidad de extender un mismo discurso y potenciar su rango de influencia social.

**Forman un ecosistema mediático:** actualmente los principales medios de prensa escrita integran un ecosistema mediático que incluye diversos contenidos audiovisuales e interactivos, a través de portales digitales con información actualizada y renovada de forma constante. También disponen de aplicaciones móviles (*apps*) con noticias interactivas que generan una convergencia con los medios tradicionales<sup>2</sup>. De este modo, la información de la prensa se retroalimenta y adquiere mayor difusión social.

**Alta capacidad de emplazamiento material:** a nivel metodológico, la prensa escrita dispone de una capacidad de emplazamiento que la constituye en una plataforma privilegiada para el análisis textual de los discursos. La gráfica es capaz de fijar ciertas ideas centrales que la televisión, por el fluido de su lenguaje centrado en las imágenes fugaces e instantáneas, no puede emplazar. Además, la palabra escrita permite un desarrollo más profundo de los temas y un mayor control por parte del lector/a, que puede imprimir su tiempo de comprensión a la lectura y releer (Landi, 1992: 100-101, 138).

**Facilidad de acceso:** las fuentes de prensa son de fácil acceso. Las hemerotecas más equipadas disponen de archivos completos de los principales diarios impresos nacionales. Además, los portales *online* de la mayoría de los periódicos permiten la consulta de ediciones anteriores (hemeroteca digital) y disponen de buscadores digitales de contenidos<sup>3</sup>.

En la Argentina la prensa escrita constituye una plataforma privilegiada para el análisis político, ya que es el principal medio que establece la agenda pública e instala las temáticas alrededor de las cuales gira la rueda informativa diaria de la televisión y la radio (Landi, 1992: 95). Los diarios matutinos de alcance nacional tienen una mayor capacidad para establecer la agenda de temas y noticias que luego son reciclados y ampliados en programas informativos radiales y televisivos (Landi, 1992: 138). Además, los enunciados y prácticas discursivas de los/las principales actores de poder dirigenal son reproducidos y amplificados en estos medios.

Por otro lado, en nuestro país existen desde la reforma del Estado de los años 90 conglomerados mediáticos integrados y diversificados que concentran la información de forma oligopólica<sup>4</sup>. Por ejemplo, el diario *Clarín* integra un enorme grupo económico-mediático que, entre otras empresas, es dueño de la red Cablevisión, Canal 13, el canal de cable Todo Noticias (TN) y Radio Mitre, así como de un conjunto de diarios y canales repetidores del interior del país<sup>5</sup>. *Clarín*, además, es el periódico de mayor tirada nacional, e incluso está entre los dos de mayor extensión de todo el mundo hispano (Mastrini y Becerra, 2006: 87). De este modo, el conglomerado controla el principal periódico, algunas de las radios más influyentes, el segundo canal de televisión abierta más visto y la señal de televisión de pago más vista del país (Becerra y Mastrini, 2017: 76). El diario *La Nación*, por su parte, es dueño del canal de televisión por cable La Nación +<sup>6</sup>. Al formar parte de empresas multimedias integradas, hacen circular la misma información por diversos medios y se citan y reproducen mutuamente (Landi, 1992: 139).

Pero además, los principales diarios disponen actualmente de portales de noticias que reproducen los contenidos de manera digital. En el escenario argentino, los portales de noticias más importantes son *Clarín*, *La Nación* e

*Infobae* (Koziner, 2020: 48). Los portales *online* incorporan una multiplicidad de textos escritos, audios, videos, fotografías, animaciones e información digitalizada<sup>7</sup>. Los periódicos también difunden contenidos interactivos a través de aplicaciones móviles (*apps*) en el teléfono celular. De este modo, la prensa escrita y los portales de noticias digitales (que pertenecen a los mismos grupos mediáticos) no sólo contribuyen a instalar la agenda de temas de la radio, la televisión y las redes sociales, sino que reproducen y amplifican contenidos audiovisuales e interactivos de otros medios.

Debido a que en el escenario actual la prensa escrita forma un ecosistema mediático que incluye contenidos digitales e interactivos, en la investigación se pueden abordar los discursos en los portales electrónicos e incluir diferentes soportes (imágenes, audios, etc.), transcritos textualmente.

Por último, es importante tener presente que los periódicos son actores políticos que defienden intereses particulares (lucrar) y ejercen relaciones de poder (buscan influir a la audiencia y a otros/as actores del sistema político) (Califano, 2015). Como actor político, la prensa de alcance nacional tiene los recursos para jerarquizar la información y amplificar ciertas voces, pero también para relegar, menospreciar y silenciar ciertas voces y acontecimientos noticiables (Sánchez, 2008; Laguado, 2011: 43). Esto no invalida el análisis de la prensa escrita como un soporte privilegiado para la investigación. En cambio, refuerza la necesidad metodológica de escoger al menos dos diarios con concepciones políticas opuestas para sortear estos problemas (Fair, 2017).

### **Herramientas teóricas para investigar a la prensa escrita como un actor político**

Los medios de prensa pueden tomarse como plataforma de análisis de los discursos de otros/as actores o como un actor político clave. Esta última opción permite estudiar críticamente los posicionamientos de la prensa como un *actor de poder predominante*. En este trabajo nos centraremos en los principales periódicos nacionales como actores políticos, a través de un abordaje textual.

Si el objetivo de la investigación consiste en analizar cómo se posiciona políticamente la prensa y construye ciertas estrategias discursivas, se puede estudiar la construcción de las noticias, el encuadre, las posiciones frente a otros/as actores y las estrategias de distorsión, recontextualización, falsedad y ocultamiento de información. Estos recursos se pueden analizar en portadas, editoriales, columnas periodísticas u otros espacios (ilustraciones, chistes).

#### *El análisis de la construcción de las noticias en la prensa*

Para estudiar cómo construyen las noticias los medios dominantes de prensa escrita, proponemos los siguientes recursos:

**Análisis de los enunciados:** estudia textualmente las cadenas de equivalencias, las fronteras políticas<sup>8</sup>, las metáforas y metonimias.

**Análisis de la enunciación:** estudia textualmente las marcas de subjetividad, la capacidad agentiva, las modalidades y estrategias enunciativas y sus valoraciones políticas<sup>9</sup>.

**Marcas de subjetividad**<sup>10</sup>: entre las marcas de subjetividad más relevantes destacamos:

Adjetivos: por ejemplo, el *polémico* funcionario Guillermo Moreno.

Condicionales: los condicionales (*habría, podría, sería*) muestran una apertura del agente a la duda (Fairclough, 2003: 166). Al hacer uso del condicional, la

enunciación no es plenamente asumida por el/la enunciador (García Negroni, 2016: 46). Por ejemplo, Cristina Fernández *habría* echado a sus empleadas.

Verbos introductores: los verbos introductores (*aseguró, reveló*) son relevantes, ya que orientan sobre cómo deben ser entendidas las palabras del otro/a (Balmayor, 1999: 154). Por ejemplo, el Presidente *aseguró* que este mes no va a haber un incremento de tarifas.

Impersonales: los impersonales omiten al enunciador y contribuyen a diluir la responsabilidad del periodista/medio sobre sus enunciados (Amado, 2016: 156-158). Por ejemplo, *se anunciarán* inversiones.

Uso de negritas, subrayado o mayúsculas: contribuyen a resaltar ciertos enunciados.

El análisis de las marcas textuales de subjetividad, junto con los mitigadores y reforzadores<sup>11</sup>, permite detectar grados de valoración de valencia positiva o negativa de la prensa sobre determinados/as agentes, objetos o fenómenos<sup>12</sup>.

b. Capacidad agentiva: analiza los procesos que fijan diversos roles a los/las agentes (más activo o pasivo). Para un Análisis Político-Crítico del Discurso de la prensa, adquiere relevancia el uso de la voz pasiva y las frases subordinadas, que reducen la capacidad agentiva (Fairclough, 2003). De esta forma, una misma realidad puede ser presentada como resultado de la actividad de un/a agente que lleva adelante determinados procesos, o los actores ser situados como pacientes de procesos efectuados por otros, reemplazados por objetos o por entidades abstractas. Por ejemplo, El mercado le quitó apoyo al gobierno, o La crisis causó dos nuevas muertes (famosa portada de Clarín del 2002).

c. **Modalidades y estrategias enunciativas:** analiza las estrategias discursivas que construyen los medios. Por ejemplo, presentarse como periodismo 'independiente'<sup>13</sup>.

d. **Otras estrategias discursivas que construyen los medios para ejercer poder:** entre ellas, la sustitución de una palabra por otra, la exageración de detalles o la psicologización individual de problemas sociales (Jorgensen y Philips, 2010: 150-151). Por ejemplo, el *síndrome de hubris* presidencial. Estas estrategias son usadas por la prensa para jerarquizar ciertos enunciados como verdaderos y degradar o excluir otros.

Los enunciados y la enunciación se pueden estudiar en las portadas y/o en el cuerpo de las noticias de los diarios:

**Portadas:** incluye los titulares de la noticia, la volanta y el copete.

**Cuerpo de la noticia:** incluye la organización de la información, que habitualmente presenta el clásico esquema introducción, desarrollo y cierre (Sayago, 2015: 586).

*Construcción del encuadre mediático de las noticias*

El análisis de la prensa como un actor político clave permite estudiar los recursos que utilizan las empresas de medios y sus referentes para ejercer poder a través de los relatos noticiosos (crónicas) de un acontecimiento, fenómeno o proceso (Sayago, 2015). Uno de los recursos más relevantes es el encuadre ("frame") que usan para presentar información (Aruguete, 2015). Ello incluye:

a. Formas, tamaños y estilos tipográficos de las noticias: analiza el modo de presentación de los títulos y subtítulos de columnas y editoriales, los copetes, formas y tamaños de las fuentes tipográficas. Los periódicos debe decir "usan

con frecuencia letras en negrita, cursivas (bastardillas) o subrayados para resaltar información y guiar a los/las lectores sobre los aspectos que deben priorizar en la lectura. Los diversos tamaños de letras suelen utilizarse para acentuar, marcar distancia o reducir la visibilidad de ciertos enunciados.

**b. Uso de fotografías e ilustraciones gráficas:** analiza tamaños, formas y ubicación de fotografías, junto con el contenido del texto que lo acompaña, en portadas de diarios y notas de opinión. También los dibujos o ilustraciones gráficas que simbolizan al Presidente/a u otros/as actores relevantes (habitualmente, en forma de parodia), que expresan posiciones políticas específicas.

**c. Modos de citado:** analiza las formas de citar, a través del uso de un estilo directo o indirecto. El estilo directo procura reproducir textualmente las palabras con las que se ha expresado el/la autor/a, por lo que se vincula con una pretensión de literalidad. Una marca textual típica del discurso referido directo es el uso de comillas, que produce un efecto de fidelidad al original y veracidad y genera una impresión de objetividad (Vasilachis de Gialdino, 2013: 186). Al usar el entrecomillado el medio/periodista evita hacer un juicio, que traslada al interlocutor (Amado, 2016: 52). A su vez, se pueden detectar tres variantes de encuadre: (1) Dijo Ramírez: “La actividad fue exitosa porque participó mucha gente”. (2) “La actividad fue exitosa porque participó mucha gente”, dijo Ramírez. (3) Ramírez: “La actividad fue exitosa porque participó mucha gente” (Sayago, 2022: 9-10). Estas formas construyen diferentes grados de capacidad agentiva.

La cita indirecta no se presenta como una reproducción fiel de las palabras de otro/a locutor, sino de una versión que construye la prensa sobre lo enunciado por otro/a locutor (García Negroni y Tordesillas, 2023: 139). Para analizar el estilo indirecto, adquieren relevancia los marcadores, que diferencian la voz del medio/periodista de la citada (*Según X, En palabras de X, Como señala X*) y expresan grados mayores o menores de distancia del enunciadore frente a lo enunciado (Maingueneau, 1980). Por ejemplo, al usar el modalizador “Según dijo”, el medio/periodista deja en claro su distancia con la declaración (Amado, 2016: 50). Otro mecanismo de la prensa es el empleo del *off the record*: “Según altas fuentes”, que se apoya en una argumentación de autoridad que queda en el anonimato y diluye la responsabilidad del periodista (Amado, 2016: 156-157). También son centrales los verbos introductores (*anunció, aseguró, reveló*), que orientan sobre cómo deben ser entendidas las palabras del otro/a. Por ejemplo, en la frase “El Alto Tribunal *entendió*”, hay una separación de la voz del diario respecto a la afirmación de los hechos (Vasilachis de Gialdino, 2013: 185).

#### *La posición política de la prensa sobre otros actores de poder*

Un recurso relevante para un Análisis Político-Crítico del Discurso consiste en estudiar cómo representan los medios a otros/as actores políticos. Identificamos dos opciones para la investigación:

**a. Análisis del discurso de referentes del oficialismo:** estudia los posicionamientos de la prensa sobre figuras relevantes del Gobierno y/o aliados.

**b. Análisis del discurso de referentes de la oposición:** estudia los posicionamientos sobre figuras relevantes de la oposición y/o aliados.

Desde la teoría de la agenda setting se ha destacado el concepto de “valencia”, que refiere al carácter evaluativo de las noticias, las cuales pueden ser presentadas

de manera explícitamente negativa o positiva (Zunino, 2016). Estos recursos permiten analizar si los diarios tienen una posición más fuertemente crítica o complaciente con el Gobierno y sus referentes y con los principales partidos y dirigentes de la oposición no mediática.

En la investigación, el/la analista puede centrarse en la construcción mediática del/la Presidente/a, o estudiar por separado los discursos sobre el Presidente/a y miembros de su Gabinete. Por ejemplo, si un estudio se propone investigar la posición política de Clarín sobre el gobierno del Frente de Todos (2019-2023), puede analizar de forma separada discursos sobre el presidente Alberto Fernández, la vicepresidenta Cristina Fernández y su Ministro de Economía. Para profundizar el análisis, puede incluir a figuras del sindicalismo y los movimientos sociales.

También se puede investigar cómo referentes de la empresa de medios expresan un apoyo más o menos intenso a dirigentes de partidos opositores y empresarios/as aliados, al tiempo que intentan deslegitimar (de un modo más o menos fuerte) a exponentes del Gobierno y aliados. Para ello, se puede elegir a figuras representativas de las entidades. Esta opción permite analizar la posición político-ideológica del medio sobre referentes del oficialismo y de la oposición no mediática.

Por último, se pueden analizar los cambios históricos en los discursos de la prensa, incluyendo los temas de agenda, el encuadre de las noticias, las estrategias enunciativas y el posicionamiento frente a otros/as actores.

#### *Modos de distorsión, recontextualización, falsedad y ocultamiento de información*

El estudio de las estrategias mediáticas de tergiversación y ocultamiento de información es relevante para un APD con contenido crítico. En particular, permite abordar la “agenda cutting”<sup>14</sup>. Identificamos los siguientes ejes para la investigación de la prensa:

**a. Distorsión de la información:** la distorsión o manipulación puede ser sobre datos o frases textuales de agentes. En relación con los datos históricos, el/la analista debe examinar si la información publicada distorsiona el contenido de la noticia. En cuanto a las frases de los/las agentes, debe analizar si la información que publica el diario es fidedigna (es decir, si reproduce textualmente lo efectivamente dicho o escrito), o altera (y en qué grado) lo que el/la o los/las agente/s enunciaron, para hacerle/s decir una idea o argumento que se aleja (o incluso es antagónico) de lo enunciado. Por ejemplo, aunque se supone que los medios usan las comillas para referirse a citas literales, puede que la cita no sea literal, o que la noticia no reproduzca textualmente el enunciado original de X agente/s.

**b. Falsedad informativa:** aunque no existe una realidad objetiva ni unívoca, puede haber información que sea deliberadamente falsa. Por ejemplo, si un diario publica en una columna biográfica que Ernesto Laclau en su juventud fue funcionario del gobierno bolchevique en la Unión Soviética, esta información es falsa. De modo tal que se debe examinar con una actitud crítica (y no ingenua) si los medios publican noticias falsas.

**c. Información relevante excluida de su publicación:** la información relevante excluida es valiosa como objeto de estudio, ya que implica una toma de posición política del medio. Incluye tanto datos o hechos noticiables no publicados, como ciertas voces invisibilizadas.

**d.Recontextualización:** consiste en la apropiación de elementos de una práctica social dentro de otro contexto (Fairclough, 2003: 32-34). Puede adquirir una valencia positiva o negativa. En la primera, el discurso acuerda y apoya el discurso citado. En la segunda, lo cuestiona. Además, el/la analista puede detectar si la recontextualización es gradualmente más fuerte o más débil (Sayago, 2015).

A diferencia de las estrategias de distorsión, en la recontextualización la prensa no modifica el núcleo que estructura lo enunciado por los/las agentes citados.

Es importante destacar que no todos los discursos que excluyen información relevante o publican noticias con datos falsos, son atribuibles a un intento malintencionado de manipulación informativa. Puede haber errores, imprecisiones u omisiones involuntarias. La ética periodística exige en estos casos que la información falsa o imprecisa se rectifique en las ediciones inmediatamente posteriores (suele publicarse en un apartado con el título “fe de erratas”). En caso que no existan las rectificaciones, sean muy tardías o adquieran una visibilidad ínfima, estos datos son relevantes.

#### *El Análisis Político-Crítico del Discurso de la prensa en perspectiva comparada*

El análisis político-crítico del discurso también permite investigar dos o más diarios, tanto con una orientación ideológica similar, como opuesta. Si se escogen dos diarios ubicados en el cuadrante derecho del espectro ideológico, permite focalizarse en periódicos que representan a los sectores dominantes. El análisis comparado es útil para estudiar convergencias de posiciones y detectar modulaciones o variantes internas en las discursividades. La elección de medios opuestos permite contrastar discursos antagónicos de la prensa sobre un mismo fenómeno.

Sayago ilustra con el ejemplo de la construcción mediática de una protesta minera. Hace hincapié en las representaciones discursivas de la prensa escrita frente a las acciones de una comunidad específica ante un emprendimiento minero. A través de la comparación de dos medios antagónicos, pueden estudiarse los modos de justificación del conflicto, la descripción de los hechos, la caracterización de los/las actores involucrados, el tono del relato, las referencias al rol del gobierno y del Estado. A partir de estas categorías temáticas, el análisis puede centrarse en la cantidad de crónicas producidas por cada medio, el grado de relevancia otorgado al conflicto, la extensión de las noticias y las citas a dirigentes gubernamentales, miembros de la comunidad o representantes de la empresa (Sayago, 2014).

#### **Estrategias metodológicas para investigar a los medios de prensa como actores claves**

Para estudiar a la prensa escrita como un actor político clave se debe tomar en cuenta que forman parte de empresas capitalistas que buscan maximizar sus ganancias y disponen de diversas líneas editoriales. Además, tienen diferentes alcances y grados de influencia política y social. Aunque los medios (entre ellos, los de prensa escrita) nunca son neutrales, puede haber diferentes posiciones internas y variar con el tiempo. Por lo tanto, la investigación debe tomar una actitud lo más rigurosa y honesta posible, evitar la etiquetación *a priori* de los discursos y procurar apegarse al análisis textual de lo enunciado, sin que ello implique adoptar un mítico objetivismo científico. En caso que se formulen hipótesis, las mismas deben confrontarse con los textos del *corpus* a través de un razonamiento abductivo o retroductivo (Arnoux, 2009: 38).

### *Estrategias para seleccionar al medio como objeto de estudio*

Si el/la analista pretende estudiar los discursos de la prensa escrita como actores de poder, debe justificar metodológicamente la selección del medio. Para ello, puede tomar como variables su orientación político-ideológica, su alcance geográfico, su tirada diaria y su relevancia social. Por ejemplo, si el objetivo es investigar las estrategias discursivas de *Clarín* sobre el gobierno de Alberto Fernández, tiene que justificar por qué escogió a este medio como un actor político clave. Se debe indicar que *Clarín* es el principal periódico de circulación nacional de Argentina y que forma parte de un grupo económico concentrado. La concentración de la propiedad de medios contribuye a ampliar la circulación y a la capacidad performativa de la empresa. También se puede mencionar su poder de fijar la agenda (“agenda setting”) y el encuadre (“framing”) de las noticias.

Es recomendable incorporar un apartado en la investigación que describa la conformación histórica del periódico, su tirada diaria y su posición política. El análisis puede describir cómo se constituyó *Clarín* en un grupo multimédios durante los años 90, las transformaciones ideológicas de la empresa, y marcar hitos de este proceso, como la ley de medios del 2009. La bibliografía puede servir de respaldo<sup>15</sup>.

### *Estrategias para estudiar el posicionamiento político de la prensa*

La investigación crítica de la prensa en el APD puede estudiar las portadas del diario, editoriales y/o columnas periodísticas:

**Análisis de los editoriales:** los editoriales son importantes para el APD, ya que constituyen la voz oficial de la empresa. Se puede colocar el eje en el título y el cuerpo de la noticia y estudiar las cadenas, fronteras, metáforas y metonimias, marcas de subjetividad, modalidades y estrategias de enunciación. Para analizar la posición de la prensa en torno a políticas de gobierno, puede focalizarse en los editoriales.

**Análisis de las columnas periodísticas:** los diarios tienen notas de periodistas y columnas de invitados/as o figuras externas que escriben ocasionalmente. El análisis puede centrarse en las notas de editores-jefes/as de secciones y periodistas. Se puede analizar el título, volanta, bajada y cuerpo de la noticia, y abordar las cadenas, fronteras, metáforas y metonimias que usan, marcas de subjetividad y estrategias de enunciación. Para analizar la posición de los/las periodistas en torno a políticas públicas, pueden estudiarse las columnas que refieran a la/las políticas seleccionadas. También se puede analizar la columna de chistes y las ilustraciones humorísticas.

En la investigación se puede articular el estudio de las portadas, editoriales (si las hubiere) y columnas periodísticas. Ello permite detectar posiciones en tensión.

Para estudiar el posicionamiento político de la prensa, se puede colocar el eje en las cadenas y fronteras, las metáforas y metonimias y las marcas textuales de subjetividad (adjetivos, tiempos verbales, condicionales, impersonales). A partir de allí, pueden estructurarse *paquetes de discursos* con base en sus regularidades y detectar los significantes clave<sup>16</sup>. También se pueden analizar las estrategias argumentativas de la prensa y cómo ubican los enunciados de los/las actores a través del uso del estilo referido indirecto, frases subordinadas y voz pasiva. Los mitigadores y reforzadores resultan útiles en este sentido.

Otra opción es analizar la frecuencia (cantidad de noticias publicadas) y el tamaño de la cobertura mediática (aparición en portada, tamaño del titular,

tamaño del artículo, ubicación espacial en la página, etc.), lo que denota el nivel de importancia de las noticias (Zunino, 2016).

#### *Estrategias para estudiar a la prensa en perspectiva comparada*

Para analizar a la prensa escrita en perspectiva comparada, resulta útil escoger un mismo fenómeno o hecho relevante y estudiar relacionamente las cadenas, fronteras y marcas textuales de subjetividad. A través del análisis comparado del discurso, pueden abordarse los contenidos de las noticias que publican los medios, las representaciones que construyen respecto a los/las actores, la inclusión (o exclusión) de sus voces y la evaluación que realizan de diferentes actores y acontecimientos (Vasilachis de Gialdino, 2013: 190).

Una opción útil es centrarse en periódicos de circulación nacional. El/la analista puede escoger dos diarios nacionales con contenidos antagónicos para contrastarlos, o dos periódicos con posiciones similares para observar sus convergencias y modulaciones. Por ejemplo, para un estudio situado en la Argentina actual, se puede seleccionar un diario de centroizquierda (como *Página/12*) y otro de centroderecha (*Clarín* o *La Nación*). Los diarios de circulación nacional tienen la ventaja que presentan una mayor tirada y extensión territorial. De este modo, adquieren mayor importancia política y social. *Página/12*, además, mantiene capacidad de fijar la agenda pública, producto de su impacto en diferentes líderes de opinión (Zunino, 2016).

Otra opción es comparar dos medios de prensa regional, lo que puede ser útil para análisis subnacionales o estudios de caso locales. La prensa extranjera puede ser útil para analizar la construcción mediática de referentes clave del *establishment* internacional. También es posible combinar diarios nacionales y locales, o nacionales e internacionales.

#### *Estrategias para analizar el corpus*

Existen diferentes alternativas para construir el *corpus*, de acuerdo con el problema, las preguntas de investigación y los enfoques o teorías que adopta el/la analista (Arnoux, 2009). Para delimitar el *corpus* desde el APD se puede emplear un abordaje diacrónico, sincrónico, un corte sincrónico por momentos clave o un recorte aleatorio:

**Análisis diacrónico:** selecciona un período cronológico. Por ejemplo, un mandato completo de gobierno.

**Análisis sincrónico:** se enfoca en una fecha en particular. Por ejemplo, el discurso de asunción presidencial o el de apertura de sesiones parlamentarias.

**Corte sincrónico por momentos clave:** esta estrategia analítica consiste en escoger un momento o una serie de momentos históricos de relevancia social o que generan “efectos dislocatorios” (Laclau, 1993: 231) en la dinámica política que transforman posiciones sedimentadas, incrementan las disputas de sentidos o la intensidad de los antagonismos y refuerzan las decisiones vinculantes. Realiza un corte sincrónico dentro de un proceso temporal (de entre media semana y cuatro meses de extensión aproximada) para estudiar en profundidad los discursos en el transcurso de acontecimientos o coyunturas claves de la disputa hegemónica. De este modo, permite ahondar en ciertos acontecimientos o momentos claves, como un proyecto de ley o política pública relevante, el cambio de un Ministro/a clave de gobierno, el anuncio oficial de un nuevo programa económico, un paro sindical, protesta masiva o movilización social con repercusión, una crisis económica repentina o una catástrofe inesperada.

**Recorte aleatorio:** consiste en escoger discursos de manera azarosa. Por ejemplo, analizar azarosamente durante una semana los editoriales, en un período de ocho años. Permite hacer un salto temporal para incluir procesos más extensos de forma no cronológica.

Los discursos de la prensa pueden analizarse a través de la selección de párrafos cortos, y dividirse por criterios temáticos o tópicos. El análisis de cláusulas puede ser útil para examinar portadas. Todas estas decisiones metodológicas deben ponderarse en función de los objetivos y preguntas de investigación.

En el análisis textual de los enunciados que conforman el *corpus* resulta crucial:

- a. Partir de los discursos que aparecen reproducidos en la prensa.
- b. Citar diferentes fragmentos o segmentos textuales que aporten evidencia empírica y validen el análisis.

### **El análisis de los discursos mediáticos a través de una escala cualitativa de gradientes**

Para posicionar ideológicamente al medio de prensa en la investigación, se puede usar una estrategia escalar con base a gradientes. Esta estrategia analítica diferencia entre oposiciones graduales, que se basan en una relación *del más al menos* (gradualidades), y oposiciones basadas en categorías privativas (del tipo vida vs. muerte, o sonoro vs no sonoro). El análisis de las oposiciones graduales permite distinguir relacionamente entre un “término medio”, por un lado, y su grado de “rebasamiento” (hacia un más o un menos), por el otro (Courtés, 1997: 390-391; Ducrot y Todorov, 1981).

A través de una escala con base a gradualidades, el/la analista pueden detectar intensidades graduales (mayores o menores) de adhesión o rechazo de los discursos de la prensa a ciertos enunciados y actores. Exhiben un modo *fuerte* cuando las marcas de subjetividad muestran *enfáticamente* la postura del medio. El modo es *débil*, si son *atenuadas* y poco explícitas en el texto (Sayago, 2015: 582).

Estos recursos permiten distinguir, a través de un *continuum*, posiciones políticas de adhesión o crítica más o menos fuertes (*casi nulo, débil, moderado, algo fuerte, muy fuerte/muy intensa*) de los medios a los gobiernos u otros/as actores de poder. Ello posibilita detectar desde ciertas *afinidades* y *convergencias* de posiciones, hasta un apoyo *militante* o una crítica *combativa*. Se debe prestar atención a posibles divergencias entre los editoriales y las posiciones de los/las periodistas.

Para conceptualizar el posicionamiento político-ideológico del medio como empresa, una opción es tomar como base la distinción izquierda-derecha. Sin embargo, se puede complejizar este esquema a través de un continuum, ya que existen diferentes posiciones graduales dentro de cada polo. En un extremo se ubican las posiciones de ultraizquierda. En el extremo opuesto, las de ultraderecha. Entre estas posiciones pueden identificarse discursos de centro-izquierda y centro-derecha. La posición de centro queda para discursos que procuran mantener una posición equidistante para ampliar el target. <sup>[17]</sup>

Otra opción es situarlos como progresistas y conservadores, o en concepciones neoliberales, desarrollistas, socialistas, para lo cual puede apoyarse en aportes de la literatura <sup>18</sup>. Es importante no esencializar las posiciones de los medios. Se debe considerar que las posiciones políticas varían históricamente (*Clarín* es un ejemplo de ello).

## Consideraciones sobre la noción de distorsión de Laclau y sus usos en el APD

En “Muerte y resurrección de la teoría de la ideología” [1996], Laclau (2014) critica el concepto althusseriano de ideología y las teorías marxistas de la falsa conciencia de las condiciones objetivas. Sin embargo, sostiene que, aunque no existe una Verdad objetiva y un “punto de vista extra-ideológico”, ello no implica abandonar la noción de ideología. Según indica Laclau, si se abandonan nociones como “distorsión ideológica” o “falsa representación”, todos los discursos “están al mismo nivel”, lo cual “niega” las “premisas” críticas (posmarxistas) de su teoría (Laclau, 2014: 23).

Ya en *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*, Laclau sostuvo que la crítica al esencialismo y a los modos de “falsa representación” constituye una premisa básica de su enfoque. En sus palabras:

“No podemos abandonar enteramente el concepto de falsa representación, precisamente porque la misma afirmación de que ‘la identidad y homogeneidad de los agentes sociales es una ilusión’ no puede formularse sin introducir el supuesto de una representación falsa. La crítica a la naturalización del sentido y a la esencialización de lo social es una crítica a la falsa representación de su verdadero carácter. Sin esta premisa, toda deconstrucción carecería de sentido” (Laclau, 1993: 106).

Lo que Laclau definió en este trabajo como lo ideológico constituía el intento de cierre totalizante de la sociedad:

“Lo ideológico consistiría en aquellas formas discursivas a través de las cuales la sociedad trata de instituirse a sí misma sobre la base del cierre, de la fijación del sentido, del no reconocimiento del juego infinito de las diferencias. Lo ideológico sería la voluntad de ‘totalidad’ de todo discurso totalizante” (Laclau, 1993: 106).

Laclau también se refirió a las “ideologías totales” como aquellas que “intentan definir y dominar los fundamentos de lo social” (Laclau, 1993: 180). En otro pasaje, destacó que la noción de ideología (e incluso el concepto de “falsa conciencia”) podía ser preservado, si era redefinido como un rechazo a la “ilusión de cierre” de la sociedad. En sus palabras:

“El concepto de ideología puede, sin embargo, ser mantenido, incluso en el sentido de ‘falsa conciencia’, si entendemos por esta última la ilusión de ‘cierre’ que es el horizonte imaginario que acompaña la constitución de toda objetividad” (Laclau, 1993: 195-196).

En “Muerte...” Laclau profundizó esta crítica, al destacar el concepto de distorsión como la “herramienta central” para desmantelar la “ilusión ideológica” del “cierre” de lo social:

“Si, por el contrario, lo que afirmamos es que el punto de vista extra-discursivo es la ilusión ideológica por excelencia, la noción de distorsión no es abandonada, sino que pasa a ser la herramienta central en el desmantelamiento de toda operación metalingüística. Lo que es nuevo en este desmantelamiento es que lo que constituye ahora una representación distorsionada es la noción misma de un cierre extra-discursivo” (Laclau, 2014: 24).

Como destaca Laclau, este uso de la noción de distorsión en clave anti-esencialista genera un “problema”, ya que:

“Si el cierre como tal es lo que requiere un no-reconocimiento (es decir, su opuesto), es la misma idea de cierre la que constituye la forma más alta del no-reconocimiento” (Laclau, 2014: 25).

Para resolver el problema entre la imposibilidad de realizar una crítica objetiva y el intento de dismantelar las formas ideológicas, en este trabajo Laclau da un paso más. Según sostiene textualmente:

“Es inherente a toda distorsión el que un sentido primario se presente bajo una falsa luz” (Laclau, 2014: 26).

Sin embargo, Laclau subraya que la distorsión no solo implica una “falsa luz” de un “sentido primario”, sino que además debe ser perceptible, es decir, tiene que haber alguna visibilidad fenoménica de la operación ideológica:

“Lo que es esencial a la distorsión es: 1) que un sentido primario se presente como algo diferente de lo que es; 2) que la operación distorsiva –no solamente sus resultados– tiene que ser de algún modo visible” (Laclau, 2014: 26).

Como señala Laclau, el segundo punto es crucial, ya que la operación distorsiva siempre exhibe “huellas” materiales en su resultado. De este modo, las huellas fenoménicas son cruciales para el análisis (crítico) de las formas ideológicas:

“Este último punto es crucial: si la operación distorsiva no dejara ninguna huella en su resultado, habría tenido pleno éxito en constituir un nuevo sentido” (Laclau, 2014: 26).

Según Laclau, la operación distorsiva consiste en crear la ilusión de una plenitud:

“La operación distorsiva consiste precisamente en crear esa ilusión -es decir, en proyectar en algo que es esencialmente dividido la ilusión de una plenitud y auto-transparencia que están ausentes-” (Laclau, 2014: 26).

Pero Laclau va más allá de esta crítica a la ideología y agrega que:

“El acto de ocultamiento consiste en proyectar en esa identidad la dimensión de cierre de la que ella carece” (Laclau, 2014: 27).

De esta forma, lo que Laclau define como la operación ideológica consiste en un “acto de ocultamiento” que busca un “cierre” de la Sociedad como totalidad (Laclau, 2014: 27). Sin embargo, como “equivalencia no significa identidad” (Laclau, 2014: 29), la representación del orden comunitario como plenitud “no puede eliminar enteramente el particular a través del cual la encarnación se verifica” (Laclau, 2014: 30). Como indica Laclau:

“Estos restos (de particularidad) son absolutamente esenciales para cualquier equivalencia, ya que si no estuvieran presentes, la cadena se resolvería en una simple identidad entre sus eslabones” (Laclau, 2014: 49).

Uno de los ejemplos de ideología que menciona Laclau es el misticismo, que “aspira a dar expresión al contacto directo con Dios, es decir, con algo que es estrictamente inefable, porque es inconmensurable con ninguna entidad existente” (Laclau, 2014: 38). Otro ejemplo es el darwinismo social, que pretende encarnar la plenitud pura a partir de la Ciencia. En sus palabras:

“Un paradigma científico, por ejemplo, puede presentarse como encarnando la plenitud del principio puro de científicidad. Una teoría científica, de tal modo, se torna ideológica cuando pasa a constituir un horizonte. El darwinismo es un buen ejemplo” (Laclau, 2014: 29).

El último de los ejemplos ilustrativos que refiere son las diferentes versiones del “Fin de la historia”, que se asocian a la ilusión de “prácticas administrativas puras, no políticas” (Laclau, 2014: 50). Pese a sus diferencias, estos ejemplos comparten el sueño de encarnar una identidad plena y auto-transparente.

### **El análisis atributivo en la investigación**

Hemos visto que Laclau reformula la noción marxista de ideología en clave anti-esencialista y destaca las operaciones de *distorsión ideológica*. Laclau afirma que la operación ideológica encarna, de forma *ilusoria*, a la Sociedad como plenitud. Además, indica que opera bajo una *falsa luz* o *falsa representación de su verdadero carácter* y deja *huellas* que son *visibles en su resultado*.

A partir de estos aportes de Laclau, el/la analista puede realizar un rastreo de las *huellas de la operación distorsiva* que son *visibles en los textos*. A través de un *análisis atributivo*, sostenemos que el/la investigador/a puede imputar intereses históricos e intenciones particulares a los medios privados y a sus referentes, a partir de su accionar como empresas capitalistas con fines de lucro.

Esta estrategia metodológica representa una *postulación* del/la analista, quien imputa y atribuye intereses, intencionalidades y racionalidades a los/las agentes mediante un abordaje *interpretativo y contextualizado*. De este modo, se pueden postular intenciones e intereses de los medios como actores políticos, sin que ello implique acceder plenamente a ellas, negar factores inconscientes o asumir un enfoque objetivista<sup>19</sup>.

El análisis político-crítico del discurso se basa en una interpretación situada del/la investigador/a, con base en los enunciados textuales de la prensa. Para corroborar estas presunciones se deben incluir citas documentales que aporten evidencia empírica.

### **Aspectos formales y organizativos**

Para analizar los discursos de la prensa escrita en la investigación, se puede asistir a una hemeroteca. Una vez que recopiló el material de prensa, el/la analista puede realizar fotocopias, sacar fotografías a través del teléfono celular, o transcribir los discursos en un procesador de textos. Luego, es recomendable guardar los archivos en una computadora o *notebook*. Si los contenidos de los periódicos están digitalizados, puede accederse al material en formato en línea, copiar y pegar o transcribir los discursos<sup>20</sup>.

En la investigación todas las fuentes deben ser adecuadamente registradas, incluyendo a los/las referentes, el nombre del diario y la fecha de publicación (con número de página/s para las fuentes impresas). Las columnas anónimas también son importantes. Habitualmente se usan para expresar una opinión polémica o agravante, pero sin el costo político de poner la firma. En estos casos, puede tomarse al periódico como la fuente.

Por último, si el/la investigador/a desea profundizar en el Análisis Político-Crítico del Discurso mediático y sus estrategias de distorsión ideológica, puede incorporar notas al pie que contrasten lo enunciado por la prensa con fuentes alternativas.

### **Ejemplificación**

Desde el APD son escasas las investigaciones empírico-discursivas centradas en la construcción de las noticias en la prensa escrita de alcance nacional. En América Latina solo hallamos el trabajo de Esteban Muccharli, que analizó la construcción mediática del kirchnerismo en *Clarín* y *La Nación* durante el gobierno de Cristina Fernández. La investigación encontró que *Clarín* y *La Nación* edificaron un relato sobre el kirchnerismo “crispado”, que lo articulaba de modo equivalencial a la ‘violencia’, el ‘autoritarismo’ y la ‘confrontación’ permanente.

El estudio encontró, además, que los/las periodistas subordinaban a la Presidenta a las decisiones de su esposo, con lexemas como la “pareja presidencial”, y los/las vinculaban con acciones violentas y crispadas. En el marco de esta escenificación política, el gobierno de Cristina Fernández era calificado como contrario a la institucionalidad democrática. Además, se incluía dentro de esta cadena “crispada” a los aliados K del sindicalismo y movimientos sociales. Por último, el trabajo halló que los medios construían a los/las referentes de las fuerzas opositoras como su opuesto, es decir, democráticos, racionales, abiertos al diálogo y al consenso, la búsqueda de acuerdos y la defensa de las instituciones (Muccharli, 2019).

Desde el enfoque de ACD existen, en cambio, diversas investigaciones. Por ejemplo, en Argentina, Rocío Flax (2013) analizó cómo *Clarín* y *Página/12* construyeron en sus noticias diversas concepciones sobre la juventud militante durante el gobierno de Cristina Fernández. *Clarín* cosificaba y remarcaba los elementos irracionales y peyorativos de la militancia. *Página/12*, en contraste, presentaba a los/las militantes como personas activas.

En otra investigación, Sebastián Sayago (2015) analizó los discursos de la prensa digital de Chile en ocasión del 39° aniversario del Golpe militar de Pinochet y encontró diferentes valoraciones en el tratamiento noticioso. El autor halló en los medios de derecha expresiones orientadas a disminuir la gravedad del Golpe de Estado. Por ejemplo, *La Tercera* y *La Cuarta* sustituyeron los lexemas “Golpe” y “Dictadura”, por la más suave “intervención militar” y “ese período”, y “víctimas” por “fallecidos”.

La investigación halló también elementos excluidos políticamente por los medios. Así, el diario *La Tercera* no mencionó los discursos originales de los diputados de la oposición, mientras que *La Cuarta* excluyó los discursos enunciados por los diputados oficialistas. En cambio, los diarios de izquierda *The Clinic* y *El Mostrador* reprodujeron textualmente los discursos y mantuvieron sus patrones estilísticos. En el interdiscurso de la formación discursiva de los medios de izquierda, Sayago encontró que presuponía que el gobierno de Allende fue positivo, que el Golpe de Pinochet fue negativo y que el gobierno militar generó injusticias y atentó contra los Derechos Humanos. Este tratamiento diferencial de la misma noticia muestra las diversas valoraciones que construyen los medios sobre los fenómenos y procesos políticos (Sayago, 2015).

### Conclusiones

En este trabajo aportamos algunas herramientas innovadoras y útiles para contribuir a un Análisis Político-Crítico del Discurso de los medios de prensa como actores políticos o actores de poder, desde una perspectiva posmarxista. Propusimos recursos para estudiar la construcción mediática de las noticias, el encuadre, las posiciones frente a otros/as actores y los modos de distorsión, recontextualización, exclusión y falsedad informativa y ejemplificamos sobre sus

usos. También aportamos herramientas para realizar un análisis comparado de la prensa.

En la segunda parte, desplegamos diversas estrategias metodológicas para la investigación empírico-discursiva de la prensa escrita. Destacamos la posibilidad de incorporar una escala cualitativa de gradientes (en términos de más a menos), con base en un continuum. Sostuvimos que el/la analista puede atribuir intereses e intenciones particulares a los medios y sus referentes (periodistas, editorialistas), desde un análisis interpretativo y situado. Para ello, debe rastrear las huellas de la operación distorsiva que son visibles en los textos. El análisis debe apoyarse en citas documentales que aporten evidencia empírica.

Las herramientas teóricas y las estrategias metodológicas que aportamos en este trabajo buscan fortalecer la investigación empírica y crítica en el Análisis Político del Discurso. De ahora en más, queda en poder de los/las lectores/as hacer uso de estas herramientas para el desarrollo de sus propias investigaciones.

## Bibliografía

- Albornoz, L., et. al. 2000. “‘Al fin solos’: el nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina”. En L. Albornoz (coord.). *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur* (pp. 181-214). Ciccus-La Crujía. Bs. As.
- Albornoz, L. 2006. *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*. La Crujía. Bs. As.
- Amado, A. 2016. *La prensa de la prensa*. Biblos. Bs. As.
- Arnoux, E. 2009. *Análisis del Discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Santiago Arcos. Bs. As.
- Aruguete, N. 2015. *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Biblos. Bs. As.
- Balmayor, E. 1999. “La enunciación del discurso”. En R. Marafioti (comp.), *Recorridos semiológicos* (pp. 111-178). EUDEBA. Bs. As.
- Becerra, M. y Mastrini, G. 2017. *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015)*. Universidad Nacional de Quilmes. Bs. As.
- Benveniste, É. 1997. *Problemas de lingüística general I. Siglo XXI*. México D.F.
- Bizberge, A. 2017. “El impacto de la regulación en el desarrollo de la convergencia digital: el caso de Clarín y el rol de las telefónicas”, *Austral Comunicación* 6: 107-132.
- Bobbio, N. 1996. *Derecha e izquierda*. Taurus. Madrid.
- Borrelli, M. 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)”, *Papeles de Trabajo* 2(4).
- Bulla, G. y Postolski, G. 2004. “Convertibilidad, endeudamiento y devaluación en la economía argentina de los '90. Ley de preservación del patrimonio cultural: el poder mediático al desnudo”, *EPTIC. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación* 6(1).
- Califano, B. 2009. “Comunicación se escribe con K. La radiodifusión bajo el gobierno de Néstor Kirchner”. En G. Mastrini (ed.), *Mucho ruido y pocas leyes* (pp. 341-374). La Crujía. Bs. As.
- Califano, B. 2015. “Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político”, *Revista Mexicana de Análisis Político* 19.
- Casermeyro de Pereson, A. 2004. *Los medios en las elecciones. La agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Educa. Bs. As.

- Courtés, J. 1997. *Análisis semiótico del discurso. Del enunciado a la enunciación*. Gredos. Madrid.
- D'Adamo, O., Freidenberg, F. y García Beaudoux, V. 2000. "Medios de comunicación de masas y establecimiento de la agenda: un estudio empírico en Argentina", *América Latina Hoy* 25: 57-66.
- Da Porta, E. 2000. "Apuntes para estudiar la mediatización de la cultura. Un estudio de caso", *Estudios* 13: 111-120.
- Ducrot, O. y Todorov, T. 1981. *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Siglo XXI. México.
- Fair, H. 2010. "El debate político en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: ¿hacia una mayor democratización social o hacia un mayor autoritarismo?", *Intersticios* 4: 141-173.
- Fair, H. 2014a. "Los debates en torno al núcleo central de la hegemonía neoliberal en la Argentina. Los casos de la Convertibilidad y la devaluación", *Política y Sociedad* 51: 727-755.
- Fair, H. 2014b. "Postulados epistemológicos para el desarrollo de un método de análisis sociopolítico del discurso desde la perspectiva de Laclau", *Cinta de Moebio* 51: 137-155.
- Fair, H. 2017. "Decisiones y estrategias metodológicas para la investigación social empírica desde la Teoría Política del Discurso", *Prácticas de oficio* 19: 51-68.
- Fair, H. 2019. "Análisis Político del Discurso e investigación empírica: herramientas teóricas y estrategias metodológicas para estudiar identidades y procesos políticos desde América Latina", *Ciencia Política* 27: 47-90.
- Fairclough, N. 2003. *Analyzing discourse*. Routledge. Great Britain.
- Fernández, M. 2014. "Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica", *La Trama de la Comunicación* 18: 189-209.
- Flax, R. 2013. "Cristina Kirchner y los medios gráficos: el rol de los jóvenes militantes", *Lengua y habla* 17: 67-88.
- García Negroni, M. M. 2008. "Subjetividad y discurso científico-académico", *Signos* 41: 5-31.
- García Negroni, M. M. 2016. "Discurso político, contradestinyación indirecta y puntos de vista evidenciales", *ALED* 16: 37-59.
- García Negroni, M. M. y Tordesillas Colado, M. 2023. *La enunciación en la lengua. Subjetividad, Polifonía y Dialogismo*. Waldhuter. Bs. As.
- Jorgensen, M. y Philips, L. 2010. *Discourse analysis as theory and method*. SAGE. London.
- Kitzberger, P. 2012. "'La madre de todas las batallas': el kirchnerismo y los medios de comunicación". En A. Malamud y M. De Luca (coords.), *La política en tiempos de los Kirchner* (pp. 179-189). EUDEBA. Bs. As.
- Koziner, N. 2020. "Temas y fuentes en medios digitales argentinos. Un estudio en contexto electoral (2019)", *Más Poder Local* 40: 46-56.
- Laclau, E. 1993. *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Nueva visión. Bs. As.
- Laclau, E. 2008. *Debates y combates. Por un nuevo horizonte de la política*, FCE. Bs. As.
- Laclau, E. 2014. "Muerte y resurrección de la teoría de la ideología". En *Los fundamentos retóricos de la sociedad* (pp. 21-50). FCE. Bs. As.
- Laclau, E. y Mouffe, C. 2004. *Hegemonía y estrategia socialista*. FCE. Bs. As.

- Laguado, A. 2011. *La construcción de la cuestión social: el desarrollismo post-peronista*. Espacio. Bs. As.
- Landi, O. 1988. *Reconstrucciones. Las nuevas formas de la cultura política*. Puntosur. Bs. As.
- Landi, O. 1992. Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión. Planeta. Bs. As.
- Landi, O. 2000. "La nueva industria de la comunicación en la Argentina", *Documento del CEDES* 1: 1-68.
- Logan, R. y Scolari, C. 2014. "El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático", *LIS* 11: 67-82.
- Magrini, A. L. y Quiroga, M. V. 2017. "Comunicación y Política en el cruce de las perspectivas de Jesús Martín Barbero y de Ernesto Laclau", *Studia Politicae* 41: 89-104.
- Maingueneau, D. 1980. *Introducción a los métodos de análisis del discurso*, Hachette. Bs. As.
- Marino, S. 2007. "Estructura económica, plexo normativo y elementos para el debate sobre la democracia en las comunicaciones", *Question* 14.
- Mastrini, G. y Becerra, M. 2006. *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Prometeo. Bs. As.
- Mata, M. C. 1992. "Entre la plaza y la platea". En H. Schmucler y M. C. Mata, *Política y comunicación ; Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* (pp. 61-76). Catálogos, Córdoba.
- Muccharli, E. 2019. "La crispación 'K' El relato del kirchnerismo crispado en Clarín y La Nación durante la primera presidencia de Cristina Fernández", *Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA).
- Murciano, M. 2004. "Poder económico e influencia social: los retos de la concentración mediática para la democracia", *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria de estudios de Comunicación y Ciencias Sociales* 2: 41-52.
- Pardo, M. L. 2010. "La teoría de la tonalización y la de valoración: dos visiones complementarias", *Cadernos de Linguagem e Sociedade* 11(1): 113-127.
- Postolski, G. y Marino, S. 2009. "Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura, entre el control, la censura y los negocios". En G. Mastrini (ed.), *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 159-188). La Crujía. Bs. As.
- Sánchez, J. 2008. "El discurso mediático y sus consecuencias para la interculturalidad", *Discurso y Sociedad* 2(4): 816-838.
- Sayago, S. 2014. "El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales", *Cinta de Moebio* 49.
- Sayago, S. 2015. "Decir y no decir lo mismo: acerca de las orientaciones y modos de la recontextualización periodística", *Estudios sobre el mensaje periodístico* 21(1): 579-597.
- Sayago, S. 2022. "Encadenamientos argumentativos en los textos noticiosos", *Forma y Función* 35(1).
- Schleifer, P. y Monasterio, J. 2007. "Privatización, concentración y desnacionalización del sistema de medios. El rol del Estado frente al escenario neoliberal", *Question* 16.
- Schuliaquer, I. 2021. "Gobiernos y medios en América del Sur. Argentina, Bolivia, Ecuador y Uruguay en el siglo XXI", *Revista mexicana de opinión pública*, 30.

- Sidicaro, R. 1993. *La política mirada desde arriba: las ideas del diario La Nación, 1909-1989*. Sudamericana. Bs. As.
- Valdettaro, S. 2005. "Prensa y temporalidad", *La trama de la comunicación* 10.
- Vasilachis de Gialdino, I. 2013. *Discurso científico, político, jurídico y de resistencia. Análisis lingüístico e investigación cualitativa*. Gedisa. Bs. As.
- Verón, E. 1985. "El análisis del 'contrato de lectura'. Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media". En *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. IREP. París.
- Vommaro, G. 2008. *Mejor que decir es mostrar. Medios y política en la democracia argentina*. UNGS-Biblioteca Nacional. Bs. As.
- Zunino, E. 2016. "La relevancia de las noticias en la prensa gráfica. Una reflexión teórico-metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino", *Comunicación y Sociedad* 25: 127-156.

## Notas

- 1 La teoría de la agenda setting o establecimiento de la agenda pública fue descubierta en 1972 por las investigaciones de Maxwell McCombs y Donald Shaw. Destaca la capacidad de los medios informativos de seleccionar, jerarquizar e instalar ciertos asuntos o temas como cuestiones importantes para el público. De este modo, los medios masivos tendrían el poder de decir a los individuos no lo que deben pensar, pero sí sobre qué deben pensar (D'Adamo, Freidenberg y García Beaudoux, 2000: 58-60). En una fase posterior, esta teoría incorporó un segundo nivel de análisis de la agenda que colocó el eje en los atributos o aspectos específicos enfatizados en la cobertura de las noticias (es decir, el cómo) y la capacidad de los medios de seleccionar el encuadre (framing) de los temas relevantes de opinión pública (Casermeiro de Pereson, 2004: 22, 123 y ss.). Sobre la teoría de la agenda setting, véase Aruguete (2015).
- 2 Esta "ecología del sistema mediático" hace necesario prestar atención a las interrelaciones entre los diferentes medios (prensa, televisión, radio, internet, etc.) (Logan y Scolari, 2014: 73).
- 3 Actualmente, una parte de los sitios informativos han comenzado a cobrar una suscripción paga por el acceso a sus contenidos digitales. Sin embargo, el uso de las apps interactivas permite sortear estas restricciones.
- 4 El proceso de concentración oligopólica de los medios masivos comenzó en marzo de 1980, con el Decreto-ley de Radiodifusión de la Dictadura y la participación accionaria de los diarios Clarín y La Nación como socios del Estado en la empresa Papel Prensa S.A., que les permitió acceder a la producción de papel a precios diferenciales al resto de los diarios (Borrelli, 2008). Así, se constituyó un monopolio que tenía un manejo discrecional del precio del papel (Postolski y Marino, 2009: 178). La concentración y oligopolización mediática se potenció con la privatización de los medios públicos que realizó el gobierno de Menem en 1989 y los cambios en los incisos 43 y 45 de la Ley de Radiodifusión, que habilitaron la formación de grupos multimedia (Landi, 1992; Bulla y Postolski, 2004; Schleiffer y Monasterio, 2007). En noviembre de 1991, además, el menemismo aprobó un Tratado de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, que estableció que los capitales oriundos de los países firmantes serían tratados como nativos en inversiones de áreas económicas no reservadas por cada uno de los firmantes. De este modo, extendió la participación mediática a la televisión por cable (Marino, 2007). Desde 1992 se aceleró el proceso de concentración de los grandes operadores, lo que dio lugar al surgimiento de los Operadores de Sistemas Múltiples y a una ola de adquisiciones y fusiones de los multimedios locales con empresas de capital extranjero (Landi, 2000: 18-35). El 20 de mayo de 2005 el presidente Néstor Kirchner firmó el Decreto N°527, que extendió la concesión de las licencias por 10 años a los grupos mediáticos, consolidando la estructura vigente de los medios (Califano, 2009: 348) y en 2007 autorizó la operación conjunta de Cablevisión y Multicanal (Kitzberger,

2012: 182). El 10 de octubre de 2009 el gobierno de Cristina Fernández sancionó en el Congreso una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual tendiente a promover la desmonopolización y desconcentración de la propiedad de medios (Fair, 2010), aunque la ley fue derogada por un Decreto (N°267) de Macri en diciembre de 2015. El gobierno de Macri, además, favoreció una mayor concentración, ya que amplió por Decreto (N°1340) los límites establecidos en la cantidad de licencias (de 10 a 15 para radio y televisión abierta), extendió de forma automática los plazos vigentes de todas las licencias y habilitó la fusión de Cablevisión con Telecom, lo que le permitió al Grupo Clarín realizar en 2017 una concentración convergente de cable, internet y telefonía móvil (Bizberge, 2017; Schuliaquer, 2021).

- 5 A partir de las políticas de privatización y desregulación del menemismo, el entonces diario Clarín, como socio mayoritario de ARTEAR, se asoció y adquirió el total de Canal 13 de televisión abierta y luego la radio Mitre. Además, adquirió la importante agencia de noticias DyN, un porcentaje minoritario del canal 3 de Rosario, las radios LT2 y General San Martín de la misma ciudad y la radio Cataratas del Iguazú (Landi, 1992: 170-171, 180). A partir de 1992 logró acceder al negocio de la televisión por cable, adquiriendo la importante empresa Multicanal. En 1993 adquirió la propiedad del canal informativo de cable Todo Noticias (TN), el más visto de Argentina. En 1997, en asociación con Galaxy, accedió a una participación en el servicio de televisión satelital DirectTV (Landi, 2000: 31-32). Además, el naciente Grupo económico Clarín se expandió y diversificó hacia otros negociados externos a las telecomunicaciones, que incluían participación en el sector salud, negocios inmobiliarios y el sector financiero (Albornoz et. al, 2000; Landi, 2000: 4). Con la privatización del sistema previsional, el conglomerado se convirtió en accionista de la Aseguradora de Fondos de Jubilación y Pensión (AFJP) "Activa". En este proceso de concentración oligopólica, el Grupo Clarín también adquirió la compañía de cable CableVisión, el canal Volver, Rural, la FM 100, Magazine 24 y el 50% del canal de deportes Torneos y Competencias (TyC) y su señal de transmisión de fútbol codificado TyC Max, el diario deportivo Olé, las productoras de cine Polka y Patagonia, la empresa Prima S.A., proveedora de servicios de Internet y contenidos digitales y Fibertel. Además, adquirió participación accionaria en otros medios gráficos del interior del país, entre ellos, el diario La Voz del interior (el diario más vendido de la provincia de Córdoba), el diario Los Andes (Mendoza) y la editorial Tinta fresca (Mastrini y Becerra, 2006: 97-99), así como los canales de televisión Canal 12 de Córdoba, Canal 7 de Bahía Blanca, Canal 6 de Bariloche, Canal 10 de Tucumán, Canal 10 de Mar del Plata, Canal 9 Litoral, Canal 9 de Resistencia y Canal 10 de Río Negro (fuente: grupoclarin.com.ar), entre otras participaciones menores que lo convierten en el principal grupo empresarial mediático del país, e incluso "dentro de las principales compañías de comunicación del mundo" (Mastrini y Becerra, 2006: 99).
- 6 El diario La Nación fue fundado en 1870 por Bartolomé Mitre, e históricamente se constituyó en exponente de la elite liberal-conservadora (Sidicaro, 1993). El matutino respaldó todos los Golpes de Estado en el transcurso de la historia argentina, incluyendo el último y más trágico. En los 90, además, fue uno de los más entusiastas defensores del modelo de Convertibilidad (Fair, 2014a).
- 7 Este fenómeno, conocido como multimedialidad, le permite a las empresas de medios difundir mensajes que integran diversos códigos (textuales, visuales y sonoros) en un mismo soporte (Albornoz, 2006). Por ejemplo, el sitio web de La Nación publica informes políticos y reportajes multimedia a actores relevantes. El Grupo Clarín dispone del portal TN digital y también publica en sus portales informes interactivos de periodismo político (Vázquez Herrero, Negreira Rey y López García, 2019). Ambos grupos de medios, además, tienen sitios web del diario en la red de Twitter que son muy concurridas, se retroalimentan y convergen en contenidos.
- 8 En la teoría de Laclau las cadenas de equivalencias articulan dos o más significantes de un modo equivalente (por ejemplo, democracia  $\equiv$  justicia social), mientras que las fronteras políticas oponen dos o más significantes entre sí (por ejemplo, democracia vs. dictadura). Abordamos los usos de estas herramientas en la investigación desde el Análisis Político del Discurso en Fair (2019).

- 9 La enunciación analiza los modos de enunciar, que vinculan al alocutor o sujeto de la enunciación con sus enunciados (lo que enuncia) y construyen cierta relación con sus alocutarios o destinatarios/as. Al respecto, véase García Negroni y Tordesillas (2023).
- 10 Para la teoría de la enunciación francesa, los enunciados dejan marcas textuales del locutor que se constituyen como huellas discursivas (García Negroni, 2008). Estos “indicadores de subjetividad” (Benveniste, 1997: 185) o “marcas de subjetividad” (García Negroni y Tordesillas, 2023: 59) refieren a las huellas enunciativas del sujeto que el acto de enunciación deja como impronta en el enunciado. Su relevancia se debe a que muestran las actitudes y valoraciones políticas del enunciadador (Balmayor, 1999: 118-119).
- 11 Los mitigadores y reforzadores permiten distinguir grados de tonalización en los textos mediante el uso contrastivo en los tiempos verbales (primera versus tercera), los modos (indicativo versus subjuntivo) y las voces (activas o pasivas) (Pardo, 2010). También a partir de la reiteración de palabras (Pasarán muchas generaciones, habrán caído muchos bronces), el uso de valores opuestos (El bien contra el mal) y otros adjetivos (Arnoux, 2009: 54-55). Estos recursos deben analizarse situacionalmente (Pardo, 2010: 115-119).
- 12 Siguiendo a Fairclough (2003), los valores se relacionan con enunciados sobre lo que es deseable o no deseable, bueno o malo, lindo o feo, y sus gradualidades (p. 172). Aunque no existe una diferencia estricta entre enunciados de hecho y valorativos (p. 111), realizamos una distinción analítica entre ambos para la investigación, que debe detectar la valencia positiva o negativa que contextualmente asumen.
- 13 Esto se relaciona con la construcción que realiza la prensa de un “contrato de lectura”, que construye una imagen del medio-periodista y la relación con sus lectores (Verón, 1985). Por ejemplo, un contrato de lectura como periodismo imparcial. Sobre las modalidades de contrato de lectura de la prensa-papel en Argentina, véase Valdetaro (2005). Desde otro enfoque, Vommaro analizó la estrategia del periodismo argentino de presentarse como “voceros de la gente” frente a “los políticos” (Vommaro, 2008: 16 y ss.).
- 14 La “agenda cutting” hace referencia a la poca o nula cobertura mediática que reciben ciertos temas o fenómenos. Incluye desde la supresión o eliminación de las noticias, hasta su ubicación en un lugar menor dentro de una cobertura (Aruguete, 2015: 141-142).
- 15 Sobre el rol de la prensa escrita en Argentina y las políticas de comunicación, pueden verse los trabajos de Martín Becerra, Guillermo Mastrini, Luis Albornoz, Bernadette Califano, Glenn Postolski, Natalia Aruguete, Nadia Koziner, Philip Kitzberger, Alicia Casermeiro de Pereson, Santiago Marino, Gustavo Bulla, Marcelo Borrelli, Virginia García Beaudoux, Damián Loreti, Stella Martini, Lila Lucchessi, Esteban Zunino, Belén Amadeo e Iván Schuliaquer.
- 16 Con base en la noción de “formación discursiva” que utilizan Laclau y Mouffe (2004: 143-148), definimos como paquetes de discursos o macrodiscursos al conjunto de enunciados que son agrupados por el/la analista a partir de las regularidades en las cadenas que enuncian textualmente (Fair, 2019).
- 17 Una referencia es el trabajo de Norberto Bobbio (1996) reconoce que los conceptos de derecha e izquierda son “relativos” (p. 128). Sin embargo, destaca la defensa de la “igualdad” y el rechazo a la desigualdad social como distintivos de la izquierda, mientras que la defensa abstracta de la “libertad” y el rechazo a la igualdad social es propio de posiciones de derecha (pp. 135-152). Bobbio también indica que existen posiciones más “extremistas” y más “moderadas” dentro de la izquierda y la derecha, lo que permite distinguir relacionamente posiciones de “extrema izquierda”, “centro-izquierda”, “centro-derecha” y “extrema derecha” (pp. 162-163).
- 18 Entre los estudios que analizaron estos aspectos en América Latina, véanse Sidicaro (1993) y Sayago (2014, 2015).
- 19 Debe quedar en claro que la estrategia de análisis atributiva es interpretativa y no implica asumir una postura objetivista, racionalista o intencionalista. Desde las premisas de la teoría laclauiana no puede accederse a las intenciones e intereses objetivos o esencialistas. Sin embargo, junto con el uso de nociones como “distorsión ideológica”, “falsa luz”, “representación distorsionada”, “ilusión ideológica” y “falsa representación

de su verdadero carácter” (Laclau, 2014), en otro trabajo Laclau también afirma que Stalin “manipulaba” a las masas “de la forma más grotesca, para usarla como instrumento de su agenda política”, y que Hitler “manipulaba del mismo modo, por razones de conveniencia política” (Laclau, 2008: 16). Abordamos estos aspectos clave para la investigación crítica en el APD en Fair (2014b).

- 20 Algunos diarios, como Clarín y La Nación, limitan la lectura de las columnas en su versión digital y exigen una suscripción paga. Un modo de sortear este problema es seleccionar en el buscador de Chrome la opción Configuración, luego ir a Configuración de sitios y en el ítem JavaScript marcar la opción Bloqueado.