



Polifonía regulada en la Radio Estatal de Jujuy

Un análisis de la actuación política y la equidad informativa en el discurso radiofónico en un periodo electoral

Autor: Claudio Guillermo Avilés Rodilla. Universidad Nacional de Jujuy. Unidad Ejecutora en Red de Investigaciones Socio-históricas regionales, CONICET. claudiogaviles@yahoo.com.ar

Breve Curriculum Vitae

Es Doctor en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata y Licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (FHyCS-UNJu). Se desempeña como docente concursado en la Licenciatura en Comunicación Social de la FHyCS-UNJu. Es investigador de la Unidad Ejecutora en Red de Investigaciones Socio-históricas Regionales (CONICET), de la Unidad de Investigación en Periodismo, Acción Colectiva y Esfera Pública (FHyCS / UNJu) y del Centro de Investigación en Comunicación "Luis Ramiro Beltrán" (UCSE-DASS). Es Coordinador de la Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy (EDIUNJu). Fue becario de postgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Resumen

En esta investigación se trabajó con el objetivo de analizar el rol político ejercido por Radio Nacional Jujuy en el periodo previo a las Elecciones Generales argentinas de octubre de 2011, a partir del abordaje analítico del discurso periodístico de la emisora. Este análisis pretende brindar una contribución al estudio de la calidad informativa, poniendo énfasis en el análisis de la equidad noticiosa configurada desde la agenda temática y discursiva de una emisora radiofónica estatal.

Metodológicamente se trabajó con el registro sonoro de las emisiones de radio durante el segundo semestre el año 2011 y su posterior sistematización en grillas organizadas según variables y modelos metodológicos sustentados en el análisis interpretativo del discurso.

Luego del análisis, el artículo propone como conclusión que Radio Nacional Jujuy ejerció un rol de actor político alineado con un espacio partidario claramente identificable. Dicha actuación se evidencia no sólo desde los espacios de opinión sino también desde la falta de



equilibrio informativo político, con coberturas periodísticas preferenciales con el partido político afín en detrimento de los tratamientos acotados o inexistentes que se brindó a las restantes fuerzas políticas. Igualmente, desde las prácticas discursivas ejercidas por los periodistas se estructuró un escenario de polifonía regulada, con un simulacro de inclusión de todas las voces políticas pero arbitradas en virtud de las inclinaciones partidarias de la emisora. Acción que demostró la intencionalidad de influir en la intención de voto de la audiencia hacia el sector político afín.

Palabras clave

Radio estatal; Polifonía regulada; Equidad informativa; Actuación política

Regulated polyphony in the State Radio Jujuy.

An analysis of political action and informative equity radio speech during an election period.

Abstract

In this research we worked with the aim of analyzing the political role exercised by Radio Nacional Jujuy in Argentina before General Election October 2011, from the journalistic discourse analytical approach the station run. This analysis aims to provide a contribution to the study of information quality, emphasizing the analysis of equity news set from the subject and discursive agenda of a state radio station.

Methodologically worked with sound recordings of radio broadcasts during the second half of the year 2011 and subsequent systematization in grids organized according to variables and methodological models supported by the interpretive discourse analysis.

After analysis, the article proposes the conclusion that Radio Nacional Jujuy exercised a role of political actors aligned with a clearly identifiable space supporter. This action is evident not only from the spaces of opinion but also from the lack of political balance information, preferential news coverage with the related political party at the expense of bounded or no treatments that were given to the other political forces. Similarly, from the discursive practices by journalists stage regulated polyphony, with a mock inclusion of all political voices but arbitrated under the partisan leanings of the station was structured. Action demonstrated the intent to influence the voting intentions of the audience towards the related political sector.

Key Words

State Radio; Regulated polyphony; Information equity; Political action



"Se estima que el análisis del discurso periodístico de una emisora radiofónica estatal permite evidenciar la manera en que la información brindada aporta elementos para la construcción de la ciudadanía política en un marco electoral".

Introducción

En este trabajo se considera a los medios de comunicación como espacios de ejercicio y campo de construcción de ciudadanía en función de su legitimidad social para construir discursivamente ámbitos de información y socialización relevantes para la vida cotidiana en las sociedades mediatizadas. Desde esta perspectiva, se estima que el análisis del discurso periodístico de una emisora radiofónica estatal permite evidenciar la manera en que la información brindada aporta, en mayor o menor medida, elementos para la construcción de la ciudadanía política en un marco electoral, ofreciendo elementos significativos para que los electores puedan decidir su voto y ejercer sus derechos políticos, a la vez que los candidatos puedan tener espacios de expresión de sus ideas y propuestas.

En función de estas consideraciones preliminares, en esta investigación se trabajó con el objetivo de analizar el rol político ejercido por Radio Nacional Jujuy en el periodo previo a las Elecciones Generales argentinas de octubre de 2011, a partir del abordaje analítico del discurso periodístico de la emisora. Este análisis pretende brindar una contribución al estudio de la calidad informativa, poniendo énfasis en el análisis de la equidad noticiosa configurada desde en la agenda temática y discursiva de una emisora radiofónica estatal. Se trabajó bajo el supuesto de que la existencia de los medios de comunicación de servicio público se justifica bajo la exigencia del cumplimiento del papel fundamental de informar de manera completa y compleja, asumiendo dicho flujo informativo como fuente democrática, debiendo garantizar un libre acceso a la información y diversas estrategias de participación (Alfonso y González, 2011).

En este sentido, el objetivo de investigación se fundamenta en torno a la necesidad de poder dar cuenta de manera empírica acerca de la especificidad del rol que actualmente ejerce la radiofonía de propiedad estatal en una provincia periférica argentina a partir del análisis riguroso de sus contenidos discursivos, temáticos y formas de interpelación de la ciudadanía. Asimismo, el periodo temporal elegido para el desarrollo de la investigación, tres meses previos a las Elecciones Generales argentinas de 2011, se considera un factor relevante ya que permitió identificar las tensiones y articulaciones en las actuaciones de Radio Nacional Jujuy en un escenario en el que los medios masivos de comunicación se tornan actores centrales al momento de la visibilización de intereses, posiciones políticas, adhesiones y disensos en torno a las disputas por el poder institucional democrático.



Periodismo y agenda mediática

El abordaje analítico del discurso periodístico implica considerar que el proceso de selección valórica está presente en todo momento de la actividad productiva, como lo explican los estudios que analizan las lógicas de los diferentes procesos endógenos que intervienen y organizan la construcción de los mensajes de la comunicación masiva (Wolf, 2004). Las corrientes identificadas como gatekeeping y newsmaking aportan las principales contribuciones, al analizar los complejos y variados procesos que intervienen en la selección informativa, en la valoración de los hechos como acontecimientos y su posterior construcción como noticias. Entre los diversos y complejos procesos intervinientes, se pueden destacar la influencia de la línea editorial de la empresa informativa, la organización interna y los recursos disponibles, el acceso a las fuentes, la ética periodística, los criterios de noticiabilidad relativos a la información, al medio, al público, a la competencia, entre otros (Martini, 2000; Wolf, 2004; Arrueta, 2010). Estos procesos a su vez influyen en decisiones vinculadas al armado del temario informativo, en la inclusión y exclusión de noticias, en la estructuración temática, en las decisiones de jerarquización informativa del temario y también en la construcción retórica de cada noticia (Fontcuberta y Borrat, 2006). Ahora bien, a partir del rol social asignado al periodismo y en función de las expectativas vinculadas con la hipótesis de objetividad, resulta importante considerar que el resultado último de la construcción de la realidad social, cuyo origen se gesta en la actividad periodística, se entiende que será identificado por parte de los públicos como la realidad misma, muchas veces sin poder identificar todo el conjunto de rutinas profesionales de la actividad informativa (Saperas, 1987). De allí que el periodismo se convierte en una instancia de acceso, en un agente mediador (no inocente) entre el público (lector, audiencia, televidentes) y los acontecimientos presentados como socialmente relevantes. Como consecuencia de ese rol social atribuido al periodismo, la audiencia es consciente o ignora, atiende o descuida, enfatiza o minimiza las informaciones y elementos vinculados a los asuntos públicos; los ciudadanos tienden a incluir o a excluir de sus propios conocimientos, lo que el periodismo y los medios incluyen o excluyen de sus temarios de contenido. Este proceso deriva en la noción de *establecimiento de agenda* de la comunicación mediática (McCombs y Shaw, 1984; McCombs y Evatt, 1995). Esta capacidad se traduce en la selección, filtración, estructuración y jerarquización de diversas temáticas, la omisión de otras; y con ello la facultad de ofrecer perspectivas, modelar representaciones, crear contextos políticos y sociales que serán reconocidos y negociados por la audiencia y eventualmente pasarán a incorporarse como temáticas merecedoras de ser consideradas prioritarias. Esta función y capacidad derivada del rol del periodismo suscita un pacto de confianza fundamental, ya que los públicos mayormente no están en condiciones de controlar la exactitud de las representaciones de la realidad social que



promueven los medios sobre la base de ningún estándar, salvo los sentidos de versomilitud provistos por los propios discursos periodísticos.

En función de estas capacidades y roles atribuidos, la construcción de las agendas mediáticas cobran en la actualidad un rol preeminente para la construcción de lo público. Como señala Sandro Macassi (1999), las agendas mediáticas resultan un escenario de disputa de poder, en el que los actores políticos entran en contienda permanente por incluir o excluir temáticas, orientar corrientes de opinión y neutralizar otras. Al mismo tiempo, la construcción de las agendas no sólo implica un entramado de negociaciones entre los medios de comunicación y los ciudadanos por definir la atención sobre “lo importante”, sino que resultan una de las principales formas contemporáneas de activar y construir el sentido del ser ciudadano, la pertenencia a una determinada comunidad y el trazado de sentidos comunes.

Los medios de comunicación como actores políticos

En esta línea de pensamiento, diversos autores reconocen en los medios de comunicación y en el periodismo el rol de *actores políticos*. Si bien esta conceptualización adquiere notable visibilidad y vigencia contemporánea, igualmente puede recuperarse de diversas consideraciones propuestas por Antonio Gramsci a principios del siglo XX. Para el filósofo italiano, los medios de comunicación de la época (casas editoras, periódicos generales y políticos, revistas científicas, literarias, filológicas, de divulgación, boletines parroquiales) resultan la parte más dinámica de la superestructura ideológica; en tanto aparatos político-ideológicos que divulgan y unifican concepciones de mundo, que influyen directa e indirectamente en la opinión pública sirviendo para organizar y comprender los hechos sociales (Gramsci, 1981b). Bajo dicha perspectiva, Gramsci reconoce en los diarios europeos no sólo una función informativa, sino también la de “dirección política general”, actuando de manera solapada con los partidos políticos organizados y otras instancias de difusión de ideas y posiciones. Incluso, de manera específica, caracteriza a la prensa italiana de las primeras décadas del siglo XX como órganos que ejercen la función de verdaderos partidos políticos, en virtud de poder identificar diferentes énfasis en los modos de presentar los acontecimientos.

Desde una perspectiva más reciente y con variadas coincidencias, la noción de actuación política de los medios se recupera de la propuesta analítica de Héctor Borrat (1989), quien remarca, con un enfoque en los diarios, que el periodismo hace política de diversas maneras a partir de su capacidad de influencia sobre las formas de distribución del poder y desde su facultad legitimada para construir la realidad socialmente importante a partir de su agenda informativa. Desde este planteo, se adjudica al periodismo el rol de acción



política vinculada con su capacidad para influir sobre los actores e instituciones políticas que gobiernan y administran los Estados, regiones o municipios, o bien puede influir sobre los ciudadanos que apoyan, eligen, presionan o demandan a dichos sujetos políticos. Sin embargo, Borrat advierte que el periodismo también puede ser influido por diversos actores sociales y estar en escenarios de puja por la propia información y la facultad de construir actualidad; perfilándose según el caso, como actores influyentes o influidos, dominantes o dependientes e incluso piezas participantes en conflictos de poder (Fontcuberta y Borrat, 2006). En este contexto, algunos medios y espacios periodísticos actúan estratégicamente guiados por fines que no se circunscriben a la mera intención informativa para la ciudadanía, sino también aspiran a objetivos empresariales, principalmente guiados por la intención del lucro y la influencia; pero generalmente también por la posición política o ideológica. Esta red de objetivos y actuaciones conflictivas intervienen en la construcción de todo temario periodístico; escenario donde, en general, no sólo quedan vedadas para la audiencia las estrategias productivas de construcción informativa sino también las posiciones políticas como las pretensiones de influencia de cada espacio periodístico.

Caso analizado, estrategia metodológica y marco contextual

En el marco de lo planteado hasta aquí, este trabajo se propone analizar el rol político ejercido por Radio Nacional Jujuy en el periodo previo a las Elecciones Generales de octubre de 2011. El análisis pondrá énfasis en la equidad noticiosa configurada desde en la agenda temática y discursiva de la emisora radiofónica estatal jujeña.

Para ello, el trabajo de análisis se inició con una recopilación de datos obtenida de la toma de registro sonoro de la emisora Radio Nacional Jujuy (AM 790 khz.) de San Salvador de Jujuy durante el periodo extendido entre el 14 de septiembre y el 21 de octubre de 2011. Dicha toma de registro se realizó con las emisiones de los programas radiofónicos matutinos de la emisora estatal jujeña, franja central de la programación y en la que predominan los formatos informativos, de análisis políticos y magazines multitemáticos.

Con el conjunto de grabaciones obtenidas se realizó un análisis interpretativo del discurso radiofónico (Mata y Scarafía, 1993) considerando las dimensiones referencial y enunciativa a partir de diversas variables analíticas: ítems y temáticas abordadas; temporalidad de abordaje; ámbitos geográficos de incumbencia; fuentes de información y tipologías; actores que se representan; roles y posicionamiento que, de manera explícita, representan a esos actores; valores y modelos de acción que se proponen; modos de intervención directa e indirecta del oyente y estrategias de posicionamiento del enunciador radiofónico. Las variables determinadas fueron operacionalizadas a partir de la construcción de grillas



“Los partidos políticos están habilitados a invertir en otros recursos publicitarios o bien concertar espacios periodísticos en los medios audiovisuales que inciden en la trascendencia pública de las candidaturas”.

de registro y codificación producto de la adaptación y reformulación de una herramienta metodológica propuesta por María Cristina Mata y Silvia Scarafía (1993); que a su vez permitieron la cuantificación de categorías y el análisis interpretativo y comparativo de la información recopilada. Dicho análisis de contenido permitió identificar fragmentos discursivos radiofónicos particulares que resultaron interesantes para analizar con mayor profundidad el rol político ejercido por la emisora estatal estudiada.

Ahora bien, previamente al desarrollo analítico del rol político ejercido desde las prácticas discursivas de Radio Nacional Jujuy resulta necesario plantear una breve contextualización del escenario electoral del periodo analizado.

En concreto, el 23 de octubre de 2011 se desarrollaron las Elecciones Generales argentinas para Presidente de la Nación, conjuntamente con las elecciones legislativas nacionales en las que se renovaron 130 miembros de la Cámara de Diputados Nacional y 24 miembros de la Cámara de Senadores. Durante el mismo proceso electoral en Jujuy se eligieron gobernador y vicegobernador, se renovaron 24 diputados provinciales, conjuntamente se eligieron a 21 intendentes y a 136 concejales municipales. En dicho contexto electoral se implementó un elemento novedoso, a partir de la aplicación de los Decretos 444 y 445/11 del Poder Ejecutivo Nacional que establecieron la asignación de espacios publicitarios gratuitos en medios de comunicación audiovisual entre todas las agrupaciones políticas que competían en cada categoría sometida a sufragio. Esta innovación tuvo el propósito de equilibrar la visibilidad y el conocimiento público sobre las distintas orientaciones políticas que compiten en las elecciones. Sin embargo, de manera paralela, los partidos políticos están habilitados a invertir en otros recursos publicitarios o bien concertar espacios periodísticos en los medios audiovisuales que inciden en la trascendencia pública de las candidaturas. Según este aspecto, se parte del supuesto de que cualquier espacio cedido a las agrupaciones políticas o candidatos particulares dentro del espacio mediático, depende de decisiones editoriales de cada medio, en función de sus intenciones de brindar mayor información política para la toma de decisiones ciudadanas.

Actuación política y polifonía regulada en las prácticas discursivas de Radio Nacional Jujuy

El 18 de septiembre de 2011 se destaca, según el calendario electoral, como el día en el que se inició el periodo de campañas proselitistas previas a las Elecciones Generales del 23 de octubre del mismo año. Por consiguiente, se inició también el periodo de cobertura periodística de dichas campañas en gran parte de los medios de comunicación jujeños y nacionales.

Sin embargo, Radio Nacional Jujuy inició su periodo de cobertura informativa de campañas el día 22 de septiembre, en coincidencia con el lanzamiento oficial de la campaña



proselitista del Frente para la Victoria (FPV) jujeño, encabezado por Eduardo Fellner y Guillermo Jenefes como candidatos a la gobernación y vicegobernación provincial respectivamente. Esta coincidencia es susceptible de ser analizada como un hito que demarcó el rol de Radio Nacional Jujuy como actor político alineado con dicho Frente, sustentando dicha interpretación a partir de la cobertura periodística preferencial que montó la radio en dicho evento, en contraposición con el tratamiento informativo acotado o inexistente que se brindó al resto de los lanzamientos políticos de los otros Frentes partidarios participantes de la contienda electoral.

En este sentido, la cobertura periodística del lanzamiento oficial de la campaña del FPV en Jujuy se estructuró como la temática central del programa matutino *El Show de la Mañana*, ocupando, en conjunto, el 50% de la agenda periodística de las tres horas de duración de dicho ciclo y alterando segmentos fijos del programa como los boletines informativos. El tratamiento periodístico se realizó, por una parte, desde los estudios de la emisora con diversas notas ampliadas que se ocuparon de describir detalles organizativos del evento, horarios y oradores en la conferencia de prensa prevista y la mención del listado completo de candidatos a ocupar todos los cargos a nivel nacional, provincial y municipal. Asimismo se realizó una contextualización a partir de la referencia de los antecedentes políticos de Eduardo Fellner, se recordó brevemente su historia partidaria y sus “logros” como gobernador en la provincia de Jujuy y senador en el Parlamento nacional. Por otra parte, esta cobertura se complementó con la presencia permanente de dos móviles de exteriores en el lugar del evento, la sede del Partido Justicialista, con la particularidad de que uno de dichos móviles fue asumido por el director de Radio Nacional Jujuy. La cobertura realizada por el director implicó una crónica detallada de las instancias previas a la conferencia de prensa; entrevistas a diversas figuras políticas y candidatos presentes en el evento e incluso invitó a la audiencia a participar de dicho lanzamiento. Finalmente, la emisora transmitió en vivo la conferencia de prensa completa de Eduardo Fellner y Guillermo Jenefes, la que duró 45 minutos y en la que se presentó a todos los candidatos del FPV, se mencionó a los partidos aliados que se sumaron al Partido Justicialista para integrar el Frente, se hizo un repaso de los logros del gobierno del FPV a nivel local y se cerró la conferencia con la presentación detallada de los cinco ejes que estructuraban las propuestas de campaña. El rol asumido por el director de la emisora le imprimió a la cobertura informativa una jerarquía diferencial a la de cualquier otra cobertura rutinaria asumida por el móvil de exteriores. En este sentido, la actuación política de Radio Nacional Jujuy resultó evidente, ya que fue la única cobertura de campaña en la cual el director de la emisora estuvo presente y cumpliendo un rol de cronista y entrevistador.

Ahora bien, para la cobertura informativa integral de las campañas proselitistas durante las semanas previas a las Elecciones Generales del 23 de octubre de 2011, la producción de Radio Nacional Jujuy decidió concentrar la información política partidaria en un segmento



especial de emisión diaria denominado “*Detrás de la Campaña*”, incluido como parte del programa *El Show de la Mañana*. Dicho segmento estuvo al aire durante los ocho programas previos a las elecciones y tanto su horario de emisión como su duración fueron variables de acuerdo a las posibilidades de participación de los candidatos invitados¹. Fue inaugurado el 11 de octubre y presentado por el director de la emisora como un

“Segmento de la Radio Pública (...) para contar como se va desarrollando la campaña, con los principales candidatos de todas las fuerzas políticas. La idea es ser un espacio pluralista, un espacio abierto, en el que los candidatos puedan venir a expresar las propuestas. Sin entrar en la crítica y la oposición como modo de captación de votos o modo de campaña”. (Fragmento de la presentación del segmento “*Detrás de la campaña*”, del 11/10/2011)

En este sentido, los ejes planteados en esta presentación fueron retomados y reiterados en cada emisión del segmento, momento en el que el conductor ponía énfasis principalmente en el espíritu abierto a la pluralidad de voces que se proponía, con la promesa de escuchar todos los días a un candidato distinto y de todos los partidos. El segmento se estructuró sobre el formato de entrevista informativa y de opinión, conducido y moderado por el director de Radio Nacional Jujuy, y eventualmente acompañado por el jefe de noticias.

Al margen de las limitaciones y regulaciones que se analizarán más adelante, se puede destacar que, con la propuesta de este segmento específico, Radio Nacional Jujuy contribuyó a la estructuración de un espacio efectivo para el ejercicio de la ciudadanía política de los candidatos y por consiguiente facilitó el acceso de la audiencia a una instancia de profundización del conocimiento de las propuestas electorales. Resulta necesario aclarar que este segmento se constituyó como el único espacio de expresión política estable en la programación matutina de Radio Nacional Jujuy, ya que el resto de las noticias políticas en torno a las elecciones se limitó a brindar información procedimental y técnica vinculada al proceso electoral, breves notas informativas sobre datos puntuales de las campañas o bien información proveniente de los poderes ejecutivo y legislativo.

Sin embargo, el rol que cumplió Radio Nacional Jujuy a partir del segmento “*Detrás de la Campaña*” puede ser analizado más detalladamente en torno a los ejes centrales sobre los que se justificó y enarboló la propuesta: pluralidad de voces políticas, apertura a la libre expresión política, y la evasión de la crítica y el enfrentamiento.

En primera instancia, y desde una mirada superficial, es posible plantear que el segmento resultó efectivamente un espacio polifónico en el que pudieron participar e intervenir ciudadanos de distintos partidos o frentes políticos, ejerciendo su rol de candidatos a ocupar cargos ejecutivos o legislativos de gobierno. Sin embargo, considerando el escenario pre-electoral en conjunto, dicha polifonía no resultó total ni equitativa, razón por la cual resulta necesario analizar las condiciones específicas de participación y enunciación

¹ Esta información fue explicitada al aire en el segundo día de emisión del segmento.



de los candidatos. Este análisis permitirá reforzar la teoría de actuación política de Radio Nacional Jujuy, en tanto actor alineado con una agrupación partidaria concreta y por consiguiente como actor interesado en influir en la decisión ciudadana para las Elecciones Generales.

En ese sentido, un análisis más profundo del segmento *“Detrás de la Campaña”* permite evidenciar que el rol ejercido por Radio Nacional Jujuy fue el de construir un espacio de *polifonía regulada*. Este concepto, propuesto originalmente por Lila Luchessi y Gabriel Cetkovich (1997; 2007), permite advertir cómo los medios de comunicación, desde sus dispositivos de enunciación, logran dispersar voces enfrentadas y/o heterogéneas, sin que ello implique perder el control de sus mensajes; logrando neutralizar la divergencia que caracteriza a distintas situaciones inarmónicas que se producen en la sociedad. Aplicado y adaptado a un contexto analítico diferente al propuesto por los autores citados, la noción de polifonía regulada permitirá aquí determinar las condiciones en las que se arbitró la expresión de los distintos candidatos en el segmento *“Detrás de la Campaña”*.

A partir de un análisis discursivo y de contenido de la dimensión enunciativa del segmento referenciado, se pudo evidenciar que la regulación polifónica se arbitró a partir de tres prácticas concretas por parte de la producción y de los entrevistadores: 1) la administración de ausencias y presencias de los distintos actores políticos en el espacio discursivo radiofónico, 2) la administración de los tiempos de aire para la expresión de las listas y candidatos políticos, y 3) la formulación de preguntas bajo criterios variables y adaptables en función de la pertenencia partidaria de los candidatos entrevistados.

Administración de ausencias y presencias

En primer lugar, en el análisis de la administración de ausencias y presencias se puede advertir que no todas las agrupaciones políticas tuvieron la opción de expresarse y comunicar sus propuestas electorales en Radio Nacional Jujuy, ya que sólo tuvieron presencia cinco de las siete listas oficializadas para las elecciones a cargos nacionales y provinciales. Sin embargo, la consideración de las ausencias no podrá valorarse como una negación a la participación en el segmento, ya que los motivos de las ausencias pudieron haber respondido a causas intrínsecas a los procesos productivos periodísticos, los cuales no pudieron constatar, por escapar a los objetivos de este análisis y tampoco fueron explicitados desde el plano discursivo.

Igualmente, la administración de las presencias de los actores políticos que sí se expresaron en el segmento permite evidenciar por una parte, que la participación de candidatos estuvo limitada mayormente a la presencia de aquellos que, por cada lista, se postulaban por los cargos más importantes, como gobernador/a o senadores nacionales, relegando la oportunidad de expresión de otros candidatos a cargos de menor jerarquía como

diputados, concejales o intendentes municipales. Esta observación encuentra su excepción y se evidencia en una participación llamativamente preferencial de la lista del FPV por sobre el resto de las fuerzas políticas, en la que la cantidad de candidatos invitados posibilitó la presencia de ciudadanos aspirantes a esos otros cargos de menor jerarquía.

LISTAS Y ACTORES POLÍTICOS PARTICIPANTES EN EL SEGMENTO “DETRÁS DE LA CAMPAÑA”			
Listas oficializadas	Cantidad de Candidatos que participaron	Candidato/a	Cargo al que se postula
FRENTE PARA LA VICTORIA	4	Eduardo Fellner Liliana Fellner Javier Hinojo Juan Manuel Soler	Gobernador Senadora Nacional Diputado Provincial Concejal por Palpalá
FRENTE PRIMERO JUJUY	2	Carolina Moisés Sebastián Echavarri	Gobernadora Senador Nacional
UNION PARA EL DESARROLLO SOCIAL FRENTE DE IZQUIERDA Y DE LOS TRABAJADORES	2 1	Mario Fiad Gerardo Morales Alejandro Vilca	Gobernador Senador Nacional Gobernador
FRENTE AMPLIO PROGRESISTA	1	Ramiro Tizón	Gobernador
ES POSIBLE	Ninguno	---	---
UNION POPULAR	Ninguno	---	---

Ahora bien, esta desigual presencia de candidatos amerita diversas interpretaciones que neutralizan la opción de casualidad y refuerzan la teoría de actuación política alineada de la emisora. La primera y más evidente es la preferencia por habilitar la palabra a una mayoría de actores vinculados al FPV, frente partidario por el cual tanto conductores como el



director de Radio Nacional Jujuy explicitaron su orientación política tras el resultado de las elecciones Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias desarrolladas en agosto del mismo año. En segundo lugar, la doble presencia de candidatos del Frente Primero Jujuy (FPJ) puede no responder necesariamente a una intención pluralista de dar voz a los candidatos en virtud de sus intenciones electorales, sino fundamentalmente procurar el refuerzo de la influencia sobre la intención de voto de una lista asimismo alineada con Cristina Fernández de Kirchner como candidata presidencial por el FPV; orientación reforzada por la regulación temporal y de contenido de las preguntas como se verá más adelante. Finalmente, la apertura del espacio público radiofónico a candidatos del frente Unión para el Desarrollo Social (UDESOS) y los dos partidos restantes (Frente Amplio Progresista y Frente de Izquierda), supone por una parte la intención de sustentar el espíritu de polifonía y pluralidad del segmento pero, por otra parte, arbitrando dicha presencia bajo mecanismos de neutralización de la disonancia y el posible enfrentamiento con las propuestas o acciones de las listas afines a la emisora.

Administración de tiempos de aire para la expresión

En segundo lugar, la administración de los tiempos de aire para la expresión de los candidatos, en representación de sus respectivas listas partidarias, resultó otra práctica de regulación de la polifonía que inclinó notoriamente la posibilidad de expresión hacia unos partidos en detrimento de otros; práctica que nuevamente refuerza la teoría de actuación política de Radio Nacional Jujuy. En este caso, fueron nuevamente el FPV y el FPJ los espacios partidarios más beneficiados por la asignación de tiempos de aire, tanto a nivel individual como en un agrupado global por lista donde las diferencias se tornan notables, tal como se puede apreciar en los cuadros siguientes.





Formulación de preguntas bajo criterios variables y adaptables

La tercera práctica de regulación polifónica resulta la más relevante debido a su carácter cualitativo, orientada a la intención de arbitrar y marcar ciertos condicionamientos en los contenidos y las declaraciones de los candidatos participantes en el segmento "Detrás de la Campaña". Los entrevistadores, el director de la emisora y el jefe de noticias², jugaron un rol netamente activo en torno a dos ejes principales: delimitar el escenario de las entrevistas en el marco de un modelo periodístico consensual y estructurar la formulación de las preguntas bajo criterios variables y adaptables en función de la pertenencia partidaria de los candidatos entrevistados.

El primer eje se articula con la tendencia que se persigue desde Radio Nacional Jujuy a sustentar gran parte de construcción informativa sobre la base de un *modelo consensual* (Rodríguez, 2007), a partir del cual se busca evitar un abordaje crítico de la realidad, eludir los antagonismos, las contradicciones, las desigualdades sociales y construir la información desde un enfoque de los hechos descontextualizados, es decir desde su mismidad.

En este sentido, en el segmento "Detrás de la campaña" se hizo énfasis permanente, en cada inicio de las conversaciones, en la necesidad de conocer las propuestas de campaña

² Estas personas resultan los principales responsables de marcar la línea editorial de Radio Nacional Jujuy.



sin entrar en los enfrentamientos partidarios, en las críticas o en la competitividad inherente a las campañas electorales. Este posicionamiento consensual puede ser interpretado de diversas maneras. Por una parte, sugiere una estrategia preventiva en busca de evitar que las entrevistas se salgan de control y los comentarios de los entrevistados deriven en contenidos susceptibles de afectar o develar las debilidades del frente partidario con el que Radio Nacional Jujuy se mostró alineada. Por otra parte, el modelo consensual se interpreta como un marco preventivo no rígido y versátil, que contribuye a la regulación polifónica y permite sustentar la acción política de la emisora. La no rigidez y versatilidad del modelo permite que ante la afloración de un marco conflictivo que no afecte posiciones políticas resguardadas, el modelo consensual se flexibiliza y permite la presencia de cuestionamientos, denuncias y enfrentamientos. Esta última interpretación se evidenció claramente en la única entrevista en la que una candidata nombró y cuestionó abiertamente a un candidato de UDESO, la principal fuerza política en competencia con el FPV en la provincia de Jujuy. En esta situación, ante la efervescencia de la crítica, el entrevistador no intervino y el escenario consensual se dejó quebrantar ante un conflicto favorable en términos políticos.

“(…) Mirá el senador es Gerardo Morales y Morales es muy cómodo y ha tenido una postura muy cómoda y muy egoísta con respecto a Jujuy. Él tendría que haber asumido el desafío de generar algunas transformaciones, si hubiera tenido el coraje de ser Gobernador de Jujuy. Creo que no lo fue porque no tuvo el coraje y la decisión de serlo. (...) Y en el bloque Radical son los mismos, Giubergia, Nieva y otros hace mil años que son diputados y no dejan crecer a nadie. (...) El radicalismo es incoherente, ni siquiera han hecho buena oposición. (...) Porque hay diputados Radicales que son más oficialistas que el Frente para la Victoria”. (Expresiones de Carolina Moisés, FPJ, segmento Detrás de la Campaña, del 12/10/2011)

Ahora bien, el segundo eje a partir del cual se buscó arbitrar y regular los contenidos y las declaraciones de los candidatos participantes fue la tendencia de formulación de preguntas bajo criterios variables y orientados en función de la pertenencia partidaria de los candidatos entrevistados.

En este sentido, tanto el clima de las entrevistas, la modalidad y los contenidos de las preguntas formuladas fue variando en torno a dos grandes tendencias, según si el candidato tenía pertenencia o no al FPV.

Así, las entrevistas realizadas a los cuatro candidatos vinculados al FVP se plantearon en un clima muy cordial y amigable, en el que la empatía de la conversación resultaba notoria. Asimismo, y al margen de consultas genéricas y globales sobre las campañas proselitistas, el 90% de las preguntas formuladas a los entrevistados del FPV se cimentaron sobre cuatro ejes recurrentes en los que se pudo evidenciar el alineamiento y la coincidencia política de

los entrevistadores con la de los candidatos. En la formulación de las preguntas se destacó la presencia activa de los conductores de Radio Nacional Jujuy, valorando y calificando positivamente las acciones, las gestiones o la personalidad de los entrevistados, defendiendo el modelo político y principalmente evitando cualquier tipo de cuestionamiento o visibilización de debilidades.

En ese sentido, los ejes en torno a los cuales se estructuró la formulación de las preguntas o los comentarios enunciados por los entrevistadores, y en torno a los cuales los candidatos del FPV respondieron, fueron los siguientes: 1) reprobación de las gestiones políticas previas a la llegada del kirchnerismo, principalmente vinculadas a la década de 1990; 2) ponderación de las gestiones gubernamentales y legislativas de funcionarios pertenecientes al FPV, tanto actuales como de gobiernos anteriores; 3) ponderación de las capacidades y/o condiciones personales de los candidatos del FPV; y 4) adulación de las propuestas y actividades de la campaña proselitista del FPV.

Un detalle ejemplificativo de la correlación de los ejes enunciados y la formulación de las preguntas formuladas por los entrevistadores a los distintos candidatos puede observarse en el cuadro siguiente:

Ejes	Preguntas textuales formuladas por los entrevistadores de Radio Nacional Jujuy a candidatos del Frente para la Victoria
<p>Reprobación de las gestiones políticas previas a la llegada del kirchnerismo.</p>	<p>- <i>¿Te acordás cuándo había un ministro (en referencia a Domingo Cavallo) que decía que el norte era inviable? ¿Qué dolor no? (Pregunta formulada a Javier Hinojo)</i></p> <p>- <i>Hablando de igualdad y crecimiento, ahora incluso desde lo proselitista hay igualdad de oportunidades. Esto antes era impensado ¿no? (Pregunta formulada a Javier Hinojo)</i></p>
<p>Ponderación de las gestiones gubernamentales y legislativas de funcionarios pertenecientes al Frente para la Victoria.</p>	<p>- <i>Quiero destacar que fueron las gestiones desde su posición, desde la Cámara de Diputados, para lograr el avance tecnológico de Radio Nacional. Nobleza obliga tenemos que agradecerle Dr. Fellner por su ayuda desde su cargo nacional. (Comentario realizado en la entrevista a Eduardo Fellner)</i></p> <p>- <i>Uno mira la provincia de Jujuy y ve un Hospital de Niños en pleno crecimiento e impecable, un acceso sur aggiornato a los tiempos modernos y una terminal de ómnibus de las más modernas de Argentina ¿qué queda por hacer? (Pregunta formulada a Eduardo Fellner)</i></p> <p>- <i>En su gestión anterior hubo una previsibilidad importante en términos económicos ¿eso va a seguir así? (Pregunta formulada a Eduardo Fellner)</i></p> <p>- <i>Además, de todas las actividades que hace (para las mujeres) uno recuerda gratamente las caminatas y las mateadas en toda la capital y en el interior ¿no? (Pregunta formulada a Liliana Fellner)</i></p>

<p>Ponderación de las capacidades y condiciones personales de los candidatos del FPV.</p>	<p>- <i>Usted es un hombre joven y apunta a la renovación ¿Qué lo lleva a ese cambio? (Pregunta formulada a Juan Soler)</i></p> <p>- <i>Pasando en limpio, la esperanza ha vuelto a renacer en Palpalá. Es decir, ahora uno ve en usted un candidato a Concejal que le da otra perspectiva a Palpalá. (Pregunta formulada a Juan Soler)</i></p> <p>- <i>Bueno, cerrando campañas, aunque la gente que trabaja como usted difícilmente pueda cerrar campañas, porque con su actividad demuestra a diario lo que viene realizando por la provincia ¿no? (Pregunta formulada a Liliana Fellner)</i></p> <p>- <i>Usted va por la renovación de la banca de senadora, y con ello revaloriza la presencia de la mujer, porque a través de su persona la mujer ha tenido una presencia preponderante ¿no? (Pregunta formulada a Liliana Fellner)</i></p>
<p>Adulación de las propuestas y actividades de la campaña proselitista del FPV.</p>	<p>- <i>Fellner cuenta el proyecto que tiene para Jujuy y el casco céntrico, lo vemos en TV y es una cosa maravillosa, preciosa. ¿Esto va a necesitar del apoyo legislativo? ¿Cómo lo van a apoyar? (Pregunta formulada a Javier Hinojo)</i></p> <p>- <i>¿Hay un proyecto de crecer hacia el norte, no? Es muy bueno. (Pregunta formulada a Javier Hinojo)</i></p> <p>- <i>Campaña muy activa está desarrollando, con una convocatoria muy importante ¿no? (Pregunta formulada a Eduardo Fellner)</i></p> <p>- <i>Hablando de obra pública y sumada al crecimiento que tuvo en los últimos años, un eje de su campaña es esto crecer y ha llamado mucho la atención y ha gustado mucho la propuesta de refuncionalización del casco céntrico de Jujuy ¿es posible? (Pregunta formulada a Eduardo Fellner)</i></p> <p>- <i>Esta campaña también fue una excusa ideal para tratar temáticas relacionadas con la mujer como la vacunación de HPV, es una campaña de prevención fundamental para todas las generaciones ¿no? (Pregunta formulada a Liliana Fellner)</i></p>

Por otra parte, las entrevistas realizadas a los candidatos de líneas políticas distintas al FPV se estructuraron en base a una estrategia claramente diferencial, articulada con el modelo de periodismo consensual. Las preguntas se enfocaron en cuestiones globales o superficiales, sobre contenidos con alto consenso social o no susceptibles de generar tensiones en las respuestas. Asimismo, se evitó todo tipo de aprobación o valoración positiva de las gestiones o acciones de los partidos políticos de pertenencia de los candidatos, mientras que sí se optó por advertir muy sutilmente las fracturas o desencuentros de algunos frentes partidarios.

En este sentido, y como se podrá advertir en el cuadro siguiente, se pueden identificar también tres ejes en torno a los cuales se estructuraron las preguntas: 1) propuestas de

campaña; 2) generalidades, temáticas con alto consenso social y/o no tensionantes; y 3) fracturas internas en el propio partido y/o debilidades en el escenario electoral.

Ejes	Preguntas textuales formuladas por los entrevistadores de Radio Nacional Jujuy a candidatos de distintos frentes políticos
Propuestas de campaña	<ul style="list-style-type: none"> - <i>¿Cuál es la propuesta de Carolina Moisés? (Pregunta formulada a Carolina Moisés - FPJ)</i> - <i>¿Qué pasaría en tu gobierno con los planes sociales? (Pregunta formulada a Carolina Moisés - FPJ)</i> - <i>¿Cuáles son las propuestas de la UDESO? (Pregunta formulada a Mario Fiad - UDESO)</i> - <i>Sabiendo que el tiempo apremia en radio, la última pregunta. ¿Cómo sigue la campaña? (Pregunta formulada a Mario Fiad - UDESO)</i> - <i>¿Por qué hay que votar a Sebastián Echeverri? (Pregunta formulada a Sebastián Echeverri - FPJ)</i> - <i>¿Cuáles son las propuestas del Frente de Izquierda? ¿Estas propuestas las recopilaron seguramente de los viajes al interior de la provincia? (Pregunta formulada a Alejandro Vilca - FIzq)</i> - <i>¿Cuáles son las propuestas precisas del FAP en la provincia? (Pregunta formulada a Ramiro Tizón - FAP)</i>
Generalidades, temáticas con alto consenso social y/o no tensionantes	<ul style="list-style-type: none"> - <i>¿Cómo ha visto usted, como candidato, a la democracia en este último tiempo? (Pregunta formulada a Gerardo Morales - UDESO)</i> - <i>Es importante la democracia. Se puede vivir en disenso pero siempre en democracia ¿no? (Pregunta formulada a Sebastián Echeverri - FPJ)</i> - <i>¿Han cambiado las campañas, no? Antes se daban en los actos y ahora es todo virtual, todo mediático ¿no? (Pregunta formulada a Gerardo Morales - UDESO)</i> - <i>Es importante charlar con la gente ¿cómo hace un candidato para charlar con la ciudadanía? (Pregunta formulada a Sebastián Echeverri - FPJ)</i> - <i>Se está viviendo un cambio generacional en la política, ¿es así, no? (Pregunta formulada a Sebastián Echeverri - FPJ)</i> - <i>Vos sos muy joven ¿qué rol tiene la juventud en tu espacio? (Pregunta formulada a Carolina Moisés - FPJ)</i> - <i>Para aquellos que no te conocen, Alejandro Vilca, ¿dónde trabajas y qué edad tenés? (Pregunta formulada a Alejandro Vilca - FIzq)</i>



Fracturas internas en el propio partido o debilidades en el escenario electoral.	<p>- Hay algún momento en que los políticos en general y usted en particular, como representante de un partido centenario, en estos últimos tiempos se han ido fraccionando? (Pregunta formulada a Gerardo Morales - UDESO)</p> <p>- Sabiendo que los resultados nacionales influyen en los provinciales, y sabiendo que Alfonsín dijo que quiere pelear un segundo lugar ¿esto influye negativamente en la UDESO? (Pregunta formulada a Gerardo Morales - UDESO)</p> <p>¿Qué balance hacen de las elecciones primarias, que les permitió estar en la carrera electoral? (Pregunta formulada a Alejandro Vilca - Fzq)</p> <p>¿Cómo viene el FAP en las encuestas a nivel provincial? (Pregunta formulada a Ramiro Tizón - FAP)</p>
---	--

A modo de conclusión

En síntesis, a partir del segmento político pre-electoral denominado “*Detrás de la Campaña*”, Radio Nacional Jujuy propuso a su audiencia un espacio informativo y de opinión configurado como una simulación de inclusión de todas las voces y abierto a la participación. Sin embargo, desde las prácticas discursivas ejercidas por los entrevistadores dicha pluralidad fue regulada en virtud de las inclinaciones partidarias que demostraron la intencionalidad de influir en la intención de voto de la audiencia hacia un sector político particular.

El rol de actuación política de la emisora fue materializada en las prácticas discursivas de su director y jefe de noticias, quienes, asumiendo el rol de entrevistadores, supieron regular la polifonía de los ciudadanos políticos invitados, disgregando posibles tensiones políticas, ocultando debilidades y enarbolando fortalezas del sector partidario afín; y por otro lado, banalizando el debate, acentuando sutilmente las fracturas y evitando la confrontación con las fuerzas políticas opositoras.

La intencionalidad propuesta para el segmento de hacer escuchar todas las voces o al menos la representatividad de todas las fuerzas políticas participantes de la contienda electoral se cumplió en gran medida. Sin embargo, resulta evidente que la garantía de participación en el espacio público radiofónico no se corresponde con una equidad enunciativa por parte de los participantes, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

Por otra parte, se puede advertir asimismo que en la pretendida apertura del segmento “*Detrás de la Campaña*”, Radio Nacional Jujuy no contempló un espacio para la participación de un actor colectivo central del proceso democrático: la audiencia, en tanto sujetos ciudadanos electores. Si bien, desde el plano discursivo el segmento fue presentado



como un espacio informativo destinado específicamente a la ciudadanía, dicho espacio se constituyó como escenario comunicacional unilateral, sin contemplar la eventual posibilidad de debate entre candidatos y electores, o incluso sin plantear la alternativa de formulación de preguntas por parte de estos últimos. En este sentido, en el periodo que duró el segmento analizado, sólo en una ocasión se informaron los números telefónicos para establecer contacto con la emisora; pero en ninguna ocasión se invitó a la audiencia a participar con preguntas o a formar parte del espacio de debate. Por otra parte, al menos desde el plano discursivo, tampoco se pudo evidenciar una participación espontánea de la audiencia, lo que no implica que efectivamente lo haya hecho y dicha participación haya sido vedada por parte de los conductores o de la producción.

Ahora bien, más allá del segmento específico *“Detrás de la campaña”*, en la construcción global de la agenda informativa en el periodo previo a las Elecciones Generales del 23 de octubre, la pretendida polifonía política quedó prácticamente relegada del temario periodístico. En contrapartida, la tendencia referencial estable se inclinó hacia la configuración de un temario de noticias que abordó de manera preferencial ítems asociados a acontecimientos gubernamentales o información de campaña proselitista en torno al FPV, reforzando desde la superficie noticiosa la actuación política de Radio Nacional Jujuy.

Por una parte, la agenda informativa vinculada a temas políticos se estructuró en base a noticias relacionadas con los poderes ejecutivos y/o legislativos pero con una inclinación exclusiva acerca de acciones y decisiones a cargo de funcionarios vinculados al FPV, tanto a nivel municipal, provincial o nacional. A su vez, en dicha agenda se privilegió la presencia de noticias “positivas” o con implicancias favorables para diversos sectores de la ciudadanía, al margen de la mayor o menor influencia de las mismas. En este sentido, en las dos semanas previas a las elecciones, se pudieron identificar un conjunto de seis noticias que se adecuaron a dicha tendencia.

Por otra parte, la agenda informativa política también se ocupó del abordaje de temáticas, acciones y declaraciones vinculadas a la campaña electoral, y en articulación con lo planteado anteriormente, la cobertura de noticias fue cuantitativamente y cualitativamente preferencial con el FPV en detrimento de los partidos opositores.

En este sentido, desde la dimensión referencial del discurso radiofónico de Nacional Jujuy, la construcción de noticias vinculadas al FPV se orientó a representar diversas facetas de la campaña proselitista, entre ellas: el apoyo que tuvo el frente político por parte de diversas instituciones de la sociedad civil; se buscó visibilizar la presencia y movilidad de los candidatos en diversas latitudes provinciales y nacionales; la referencia a dichos candidatos fue mayoritariamente personalizada y se puso énfasis informativo en acciones y/o declaraciones con contenido positivo. Con esta tendencia, en el mismo periodo planteado anteriormente, se cuantificó un total de quince noticias.



En contrapartida a lo planteado anteriormente, la cobertura informativa sobre la campaña del resto de los frentes políticos participantes de la contienda electoral resultó mucho más escueta, restándole jerarquía noticiosa en el temario global de Radio Nacional Jujuy. Asimismo dicha desjerarquización se reforzó a partir de otras estrategias discursivas como por ejemplo, la referencia mayormente despersonalizada de los frentes políticos, representados como un bloque homogéneo bajo la categoría de “oposición”, la preeminencia de noticias con contenidos polémicos o visibilizando una derrota preanunciada. En conjunto, las noticias referidas al conjunto de los frentes políticos distintos al FPV alcanzaron a sumar sólo siete.

Si bien la tendencia de Radio Nacional Jujuy a construir la agenda informativa política con una orientación preferencial hacia el oficialismo no resulta exclusiva del periodo pre-electoral, resulta posible destacar que en dicho periodo las diferencias se acentuaron notablemente y, como se mencionó más arriba, dicha acentuación se corresponde con una notable actuación política asumida por la emisora, que se traduce en una intencionalidad de influir en la decisión electoral de la ciudadanía a favor del frente político ligado del kirchnerismo, que disputaba su continuidad en el gobierno tanto a nivel nacional como provincial.

Bibliografía

- ALFONSO, A. y GONZÁLEZ, N. D; (2011) Estado y comunicación pública. Información televisiva en Canal 7. Los casos de los noticieros y los ciclos documentales. En: CHARDÓN, M. C. (ed.): *Transformaciones del espacio público. Los actores, las prácticas, las representaciones*. 1ª ed. La Crujía, Buenos Aires.
- ARRUETA, C. (2010) ¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia. 1ª edic. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- BORRAT, H. (1989) El periódico, actor político. 1ª edic. Ed. Gustavo Gili, Barcelona.
- FONTCUBERTA, M. y BORRAT, H. (2006) Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción. 1ª edic. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- GRAMSCI, A. (1981b) Cuadernos de la cárcel, tomo 2. Edición crítica del Instituto Gramsci, a cargo de Valentino Gerratana. 1ª edic. Ediciones Era, México.
- LUCHESSI, L. y CETKOVICH, G. (1997) Manuales de periodismo. Tribunas de doctrina. *Revista Causas y Azares*, núm. 6, primavera: pp. 179-182.
- LUCHESSI, L. y CETKOVICH, G. (2007) Punto Ciego. En: LUCHESSI, L. y RODRÍGUEZ, M. G. (eds): *Fronteras globales: cultura, política y medios de comunicación*. 1ª edic. La Crujía, Buenos Aires, pp. 251-273.
- MACASSI, S. (1999) Nuevos escenarios para las “agendas públicas”: entre el espectáculo y la



ciudadanía. *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. 5, núm. 9: pp.113.139.

MARTINI, S. (2000) *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. 1ª edic. Grupo Editorial Norma, Buenos Aires.

MATA, M. C. y SCARAFÍA, S. (1993) *Lo que dicen las radios*. 1ª edic. Aler, Quito.

McCOMBS, M. y EVATT, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. En *Comunicación y Sociedad*, 8 (I), 7-32.

McCOMBS, M. y SHAW, D. (1984) ¿Qué agenda cumple la prensa? En: GRABER, D. (ed.): *El poder de los medios en la política*. 1ª edic. Grupo Editor Latinoamericano, Buenos Aires, pp. 81-92.

RODRÍGUEZ, E. (2007) Cubriendo la noticia. El papel de los periodistas movileros en la representación de la protesta social. En: LUCHESSI, L. y RODRÍGUEZ, M. G. (eds): *Fronteras globales: cultura, política y medios de comunicación*. 1ª edic. La Crujía, Buenos Aires, pp. 187-223.

SAPERAS, E. (1987) *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. 1ª edic. Ariel Comunicación, Barcelona.

WOLF, M. (2004) *La investigación de la comunicación de masas*. 1ª edic. Editorial Paidós,