

Estrategias de enunciación del discurso de prensa: análisis de los encuadres en la cobertura de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

(Discourse strategies: an analysis of the frames in the press coverage of the Audiovisual Communication Services' Law)

Brenda Inés di Paolo

Lic. en Comunicación Social (Universidad Casa Grande - Ecuador)

Mgter. en Gestión de las Tecnologías de la Información y Comunicación

Becaria tipo 1 de Conicet. FCPyS (UnCuyo)

Doctoranda del Doc. en Cs. Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo

brendadipaolo@gmail.com

Resumen

La modificación de la legislación vigente en el ámbito de los medios audiovisuales de comunicación significó un acontecimiento político cuyo impacto social se vio reflejado en la producción de lo textual. Este trabajo pretende abordar un análisis de las estrategias de enunciación utilizadas por la prensa gráfica mendocina en la cobertura del envío del Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual al Congreso de la Nación. Para ello se realizará una investigación empírica basada en la información publicada por cuatro diarios de alcance provincial: *Los Andes*, *Uno*, *El Sol* y *Mdz*. El periodo de cobertura a analizar abarca desde el 27 de agosto al 31 de agosto de 2009, es decir, el día del evento y sus repercusiones, los cuatro días posteriores.

El marco teórico- metodológico utilizado para el estudio tendrá en cuenta la perspectiva semiótica de los trabajos de Eliseo Verón y un proceso de interpretación hermenéutica de las construcciones discursivas utilizadas por los diferentes soportes periodísticos, a partir de las categorías de análisis propuestas por el autor.

Palabras Clave

Discurso - estrategias de enunciación - ley de medios - prensa gráfica - subjetividad

Abstract

The changes occurred in the audiovisual communication's legislation meant a politician event whose social impact was reflected in the textual production. This work aims to address an analysis of the strategies used by the graph press of Mendoza in the coverage of the Audiovisual Communication Services's Law. This work will involve an empirical research based on published information available for four provincial newspapers: *Los Andes*, *Uno*, *El Sol* and *Mdz*. The period of coverage to be analyzed ranges from the day of the event and its repercussions, four days later: from the 27th to the 31st of August of 2009. The theoretical and methodological framework used for the study will consider the semiotic perspective of the work of Eliseo Verón and a process of hermeneutic interpretation of the discursive constructions used by different media journalism, from the categories of analysis proposed by the author.

Keywords

Discourse - discourse's strategies - Massmedia Law - graphic press - subjectivity

Introducción

La modificación de la legislación vigente en el ámbito de los medios audiovisuales de comunicación significó, para nuestro país, un cambio en la concepción de la información y en el modo de actuación de los medios. Con la sanción de la Ley 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual, la actividad de los medios dejó de concebirse según un modelo de *mercado libre*, lo que favoreció la concentración de la propiedad de la industria cultural al gozar las empresas, de plena libertad para operar comercialmente; para seguir un modelo de *servicio público*, el cual apunta al fomento de la diversidad y de la pluralidad de los medios de comunicación y evita la concentración y el monopolio mediáticos.

El tratamiento de esta nueva ley supuso un acontecimiento político cuyo impacto social fue lo suficientemente intenso para estimular y visibilizar con fuerza particular una pugna de intereses vinculados a los grandes grupos mediáticos, a sectores políticos alineados con el statu quo y a grupos provenientes de diversos ámbitos: intelectuales,

artistas, trabajadores de los medios, académicos, organizaciones sociales y políticos que apoyaron la propuesta de cambio.

Desde perspectiva de Alain Badiou (2000), el acontecimiento político, supone un acto cuyo surgimiento hace que se pueda medir o fijar el poder del Estado. El poder del Estado involucra, para el autor, todos los mecanismos de poder y de dominación. No es solamente el gobierno, la justicia, la policía y los aparatos represivos; sino también es el poder dominante de la economía.

En este caso, las empresas que concentraron la propiedad de los medios de comunicación representaron no solo el poder de la economía, sino también, el poder simbólico, aquél que para Thompson (1998) procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas y, cuyas instituciones mediáticas han asumido el papel histórico particularmente importante que se orienta hacia la producción y difusión generalizada a gran escala de formas simbólicas en el espacio y el tiempo.

El interés de este trabajo es tomar este acontecimiento político para un análisis del discurso mediático en soporte de prensa diaria, con la finalidad de detectar los recursos y las estrategias de enunciación empleadas en la presentación de la información y en la construcción del acontecimiento. A modo de hipótesis se plantea que los modos de enunciación del discurso de prensa introducen la subjetividad del enunciador en la información, elemento que condiciona el ámbito de los efectos de sentido y las posibilidades interpretativas.

Para ello, se trabajará sobre la cobertura del envío del Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual al Congreso de la Nación, realizada por la prensa gráfica mendocina. La investigación empírica se basa en la información publicada por cuatro diarios de alcance provincial (*Los Andes*, *Uno*, *El Sol* y *Mdz*), a los que se puede acceder a través de sus portales de Internet. El periodo de cobertura a analizar abarca desde el 27 de agosto al 31 de agosto de 2009, es decir, el día en el cual el Gobierno envió el Proyecto de Ley al Congreso y las repercusiones durante los cuatro días posteriores.

Es relevante destacar, en esta etapa, que algunos de los diarios analizados forman parte de grupos mediáticos; es el caso de *Los Andes* (Grupo Clarín) y de *Uno* (Grupo Vila-Manzano), los cuales se verían afectados con la aplicación de la normativa de medios al tener que reducir la cantidad de licencias que detentan. En el caso de *y Mdz* (Grupo Terranova) y de *El Sol* (Sigifredo Alonso), si bien, también forman parte de un

conjunto de medios, no se verían directamente afectados por la medida. Además, es importante señalar que los cuatro diarios estudiados se dirigen al consumo predominante en las capas medias y de la gran burguesía de la Provincia, esta clasificación tiene que ver, desde el punto de vista de Verón, exclusivamente con su circulación.¹

El marco teórico- metodológico utilizado para el estudio aborda una perspectiva semiótica y toma como punto de partida los trabajos de Eliseo Verón ([1975, 1984] 2004) en torno de la prensa gráfica y de Cristina Corea e Ignacio Lewkowicz (1999) en relación al análisis del discurso mediático. Se intentará un proceso de interpretación hermenéutica de las construcciones discursivas utilizadas por los diferentes encuadres periodísticos, a partir de las categorías de análisis propuestas por estos autores.

Acerca de la perspectiva teórica: el enunciado y enunciación

Se toma como puntapié inicial del análisis, la propuesta desarrollada por Eliseo Verón en la teoría de los discursos sociales o *semiosis social* (1987). Esta propuesta sostiene que toda producción de sentido es necesariamente social y que todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido; doble hipótesis donde se evidencia que “es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social” (Verón, 1987: 126).

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

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

¹ En su análisis Verón distingue a los semanarios de consumo predominante en las capas medias y de la gran burguesía, de los semanarios de consumo popular para abordar posibles diferencias en cuanto a las estrategias de enunciación utilizadas por cada uno de estos sectores. Sin embargo aclara que en los dos casos se trata de semanarios “burgueses” en lo que refiere a sus productores, por lo que la clasificación se sitúa en el plano de la “circulación” (Verón, [1975] 2004:82).

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

Las estrategias de enunciación presentes en los títulos y encuadres permiten distinguir cómo se introduce la subjetividad en la información. Las construcciones imaginarias de enunciador, destinatario y la relación establecida entre ellos se presenta en forma de pacto de lectura, lo cual puede abrir diversos escenarios de sentido o modos de interpretar y valorar la información.

En un discurso, sea cual fuere su naturaleza, las modalidades del decir, construyen, dan forma a lo que llamamos el dispositivo de enunciación. Este dispositivo incluye para Verón la imagen del que habla (el enunciador); la imagen de aquel a quien se dirige el discurso (el destinatario) y la relación entre el enunciador y el destinatario que se propone en el discurso y a través del discurso. Todo soporte de prensa contiene su dispositivo de enunciación. En el caso de la prensa gráfica, éste dispositivo refiere al “contrato de lectura” (Verón [1975] 2004: 173).

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

Algunas de las posiciones que ocupa el enunciador pueden ser definidas por Verón en su análisis sobre la prensa francesa:² posición didáctica o no didáctica, transparencia u opacidad, distancia o diálogo, objetividad o complicidad, valores compartidos en el nivel de lo dicho o en el plano de las modalidades del decir, grado y tipo de saber atribuidos al lector, entre otras posibles. A través de las decisiones tomadas respecto de

² Verón utiliza como soporte para su análisis acerca de las estrategias de enunciación, en su artículo: “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica” ([1984] 2004) a la prensa femenina francesa de distribución mensual. Revistas como *Cosmopolitan*, *Marie Claire*, *Marie France*, *Officiel*, entre otras, son parte del corpus de análisis seleccionado.

algunas de estas dimensiones, para Verón se establece un enunciador que le propone a un destinatario ocupar un lugar (Verón, [1984] 2004: 179).

La posición del enunciador: didáctica o no didáctica, transparencia u opacidad

De las posiciones señaladas, nos interesa desarrollar las diferencias que propone Verón entre la posición pedagógica y no pedagógica; y, entre la opacidad y transparencia del discurso. En torno de la primera distinción, Verón señala que:

La posición pedagógica define al enunciador y al destinatario como desiguales: el primero muestra, explica, aconseja; el segundo mira, comprende, saca provecho. En cambio, la posición de enunciación “distanciada” y no pedagógica, induce cierta simetría entre el enunciador y el destinatario: el primero, al exhibir una manera de ver las cosas, invita al destinatario a adoptar el mismo punto de vista o al menos a apreciar la manera de mostrar tanto como lo que se muestra. Por esta razón esa enunciación “distanciada” termina por proponer un juego al destinatario, un juego en el que el enunciador y el destinatario se sitúan en el marco de una complicidad creada por el hecho de que comparten ciertos valores culturales (Verón, [1984] 2004: 177).

Por otra parte, la opacidad o transparencia del discurso tienen que ver con el grado de saber que se le atribuye al destinatario, es decir se asume a este último como más o menos “informado”, más o menos “cultivado”, más o menos capaz de identificar alusiones, etc. Los títulos “opacos” son menos informativos en tanto que mayores datos se asuman como conocidos por parte del destinatario y menos elementos se otorguen en torno del acontecimiento a describir.

Para Verón, los títulos opacos, no informativos solo tienen la función de incitar al lector a leer el artículo. Si el lector se limita a recorrer los títulos, no obtiene información sobre los acontecimientos; lo que encuentra es un juego de lenguaje que sirve para construir la complicidad entre el enunciador y el destinatario, mediante el empleo de elementos que remiten permanentemente a una clave o código cuya decodificación funciona como “prueba” de pertenencia a un universo cultural compartido (Verón, [1984] 2004: 178).

Para Verón, ésta es una maniobra enunciativa fundamental que determina la “transparencia” o la “opacidad” relativa del discurso en tanto que implica si el discurso privilegia o no la enunciación por encima del enunciado y si es que exhibe sus modalidades de decir más que lo que dice.

Es relevante indagar cómo estas dimensiones pueden ser analizadas en el caso de la prensa cotidiana ya que las mismas consisten principalmente en atribuir cierto saber-interés al destinatario, y por tanto se traducen en modalidades de enunciación muy diferentes. La voluntad de transparencia o, por el contrario, de relativa opacidad del enunciador reflejan el contrato de lectura que se pretende establecer entre éste y sus destinatarios mediante el modo de “dosificar” los elementos informativos y los elementos no informativos, que se utilizan para generar “complicidad”, en tanto que se establecen códigos o universos culturales compartidos.

De la puesta en serie al síntoma mediático

Corea y Lewkowicz explican en su *Ensayo sobre la destitución de la niñez* (1999) que en la cobertura de prensa de los casos de violencia infantil³ opera un dispositivo de puesta en serie que es síntoma de la enunciación mediática. Para los autores, la puesta en serie mediática organiza la ley de la repetición idéntica de sus términos: los casos, son el intento de encontrar una explicación a los hechos. La operación de puesta en serie se basa en la repetición de casos que corrobora la existencia de la ley: un caso es causa de otro. Así, este mecanismo no explica el acontecimiento, solo introduce respuestas numéricas al problema, pues cada caso confirma la ley, que enuncia: crece el índice de... otro caso más de... aumentan las estadísticas sobre..., etc. (Corea y Lewkowicz, 1999: 23).

Esta estrategia massmediática de producción del caso y su serie, al mismo tiempo proporciona una clave de lectura del caso: una teoría sobre el suceso que dice que se da por repetición. De esta manera, la repetición no es solo el principio que organiza la lógica de la serie, sino también un criterio de explicación causal.

Pero el principio de repetición que explica el acontecimiento está producido por el propio discurso: la puesta en serie del caso. Desde otro punto de vista, la repetición

³ Es su texto: *¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez* (1999), Corea y Lewkowicz analizan las operaciones que realiza el dispositivo massmediático en la representación de la infancia y en los casos de violencia infantil.

idéntica de la serie es un síntoma del discurso de los medios. Pero, para Corea y Lewkowicz (1999: 21) resulta entonces que, “si la repetición es sintomática y no la confirmación de algo que ya se sabe, debe interpretarse”. El proceso de interpretación, por lo tanto requiere algo más que información, supone la contextualización del acontecimiento y ciertas herramientas de análisis y profundización de los casos que en pocas ocasiones son provistas por el discurso mediático.

Con respecto a la noción de “síntoma”, podemos suponer que éste solo existe en virtud de una interpretación que lo nombra, por lo que su legibilidad se produce solo a posteriori. En otras palabras, “el síntoma, vive de una temporalidad particular, casi paradójica: instaura la temporalidad que permite leer a posteriori como a priori lo que él instituye” (Corea y Lewkowicz, 1999: 55). En este sentido, si seguimos la lógica de lectura del síntoma, hay que aceptar que en la interpretación se lee como causa lo que solo después de la interpretación del síntoma queda instaurado.

Los títulos: el encuadre del acontecimiento

La naturaleza de los títulos en su condición de fenómenos discursivos contiene para Verón dos dimensiones fundamentales: una dimensión metalingüística y una dimensión referencial. La primera indica que el título se presenta antes de un discurso y en este sentido, *califica* a ese último, lo nombra. La dimensión, *referencial*, por su parte, señala que así como el discurso del cual es el nombre, éste también habla o se refiere a “algo”. Para Verón, la manera particular en que estas dos dimensiones se combinan en un título “constituye ‘el encuadre del discurso’, que en el discurso de información siempre es, simultáneamente, el encuadre del acontecimiento en cuestión” (Verón ([1975] 2004: 82).

Una de las funciones principales de las operaciones de encuadre es anticipar ciertas propiedades del discurso, enmarcado por el título, el cual parece ser un resumen de la información que se desarrollará en el texto. Lo importante es que esta correspondencia entre el encuadre del texto y el texto mismo, se refiere, “no al nivel del contenido manifiesto de los títulos y de los textos, sino a las operaciones semánticas subyacentes en el conjunto del discurso” (Verón, [1975] 2004: 82-83).⁴

⁴ La función de los títulos ha sido analizada por Eliseo Verón en un corpus compuesto por textos aparecidos en semanarios argentinos relativos al atentado político ocurrido en mayo de 1969 que involucró al asesinato de Augusto Vandor, líder peronista del sindicato de los metalúrgicos. El análisis

El encuadre difiere en cada soporte de prensa de acuerdo a las estrategias de enunciación utilizadas por cada diario, de allí el interés en el estudio de los títulos. Además, la correspondencia entre títulos y textos puede asociarse a factores de recepción. En este caso una porción relevante de lectores de la prensa gráfica solo recorre los títulos y dedica, una atención superficial y fragmentaria al texto mismo. “Consciente o inocentemente, los productores parecen concentrar en la operación de encuadre ciertos aspectos críticos del proceso de producción del texto” (Verón, [1975] 2004: 83).

El corpus a analizar

El objetivo de trabajar sobre la cobertura de prensa de la Ley de Medios Audiovisuales requirió de un recorte temporal y espacial de los textos publicados en la amplia difusión que obtuvo el caso. El resultado de dicho recorte involucró a las ediciones *online* de los principales diarios de la provincia de Mendoza.

El criterio temporal se ajustó a la delimitación del acontecimiento: el envío del Proyecto de Ley y sus primeras repercusiones antes de los debates y de la sanción de la misma. Este periodo abarca desde el día 27 al 31 de agosto de 2009.

La investigación empírica se basa principalmente en un análisis de los títulos y encuadres en relación con las notas publicadas por cuatro diarios de la provincia de Mendoza: *Los Andes*, *Uno*, *El Sol* y *Mdz*.

Se trabajó sobre un total de 69 notas y títulos, de los cuales 13 corresponden a diario *Uno*, 12 pertenecen a *El Sol*, 22 a *Mdz* y 22 a *Los Andes*.

Análisis de los títulos: el encuadre de la información

Al analizar el total de notas presentadas el primer día del periodo en estudio: el día del envío del Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual al Congreso de la Nación (27 de agosto de 2009), se observa que de un total de 31 notas, 18 corresponden a *MDZ*, 6 a *El Sol*, 5 a *Los Andes* y 2 a diario *Uno*.

divide a los semanarios de acuerdo a aquellos dirigidos a las capas medias y a la gran burguesía: *Primera Plana*, *Análisis*, *Panorama*, *Confirmado*; aquellos semanarios de consumo popular: *Así*; y, a los llamados “textos de transición” que presentan una postura intermedia, en este caso: *Gente* (Verón, [1975] 2004).

A fin del análisis que nos interesa, el cual involucra los procesos de producción del acontecimiento a través de los modos de enunciación instituidos desde el discurso de prensa, podemos agrupar la totalidad de notas según distintas estrategias de presentación de la información o modos de construcción de la noticia. La primera de estas estrategias se corresponde con el modo *objetivo-informativo*. Aquí, el enunciado remite a la presentación de los hechos de manera objetiva, es decir, se comunica el acontecimiento en sí, más allá del sujeto de la enunciación. Este modo puede verse reflejado en los siguientes títulos:

1. Cristina envía al Congreso la nueva ley de Radiodifusión (*Los Andes*)
2. Cristina anunció la nueva ley de medios (*Mdz*)
3. Cristina presenta el proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (*El Sol*)
4. En minutos, Cristina presentará el proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (*Mdz*)
5. Ingresa hoy al Congreso el proyecto de ley de Comunicación Audiovisual (*Mdz*)

En todos los casos, el hecho presenta los componentes principales que construyen el acontecimiento. Sin embargo, en el caso de los titulares de *Mdz* (4 y 5), la presencia de indicadores espacio-temporales (“En minutos”, “Ingresa hoy”) producen un efecto de mayor cercanía, proximidad y actualidad en relación con el hecho. De la misma forma, el titular (2) perteneciente al mismo diario, utiliza un recurso audiovisual (video) para mostrar el discurso de la Presidente y, así, permite un acceso “directo” a los contenidos, lo cual supone un efecto de “vivencia” de la información.

Estas modalidades de presentación del discurso parecen alentar la dinámica de la relación intersubjetiva, la cual para Leonor Arfuch (2002: 125) está presente en la idea de *acontecimiento*, entendido como algo que se produce “aquí y ahora”, en el momento de la enunciación y que, como anclaje en la temporalidad guarda relación con la existencia y requiere, al mismo tiempo la complicitad interpretativa del lector.

En relación con el acontecimiento principal que se produce el día 27, observamos también, una segunda estrategia de presentación de la información, la *descriptiva-explicativa*. Aquí, el enunciador asume la necesidad de dar mayores detalles sobre el Proyecto de Ley. En algunos casos, los titulares reflejan un posicionamiento más

pedagógico que informativo que deja entrever el lugar que asume el enunciador y el saber-interés que se le adjudica al destinatario.

6. Los puntos clave del proyecto (*Los Andes*)
7. Proyecto de ley de radiodifusión (*Mdz*)
8. En qué consiste el proyecto de ley de los medios audiovisuales (*Mdz*)
9. Puntos principales del proyecto de Ley de Radiodifusión (*Uno*)
10. Bajá desde aquí el proyecto de Ley de Radiodifusión (*Mdz*)
11. Éstas son las claves del proyecto oficial para una ley de Radiodifusión (*Mdz*)

En todos los casos, los titulares apuntan a una ampliación de la información referida a la descripción del Proyecto. En el título 8, 10 y 11 se evidencian algunas marcas de la relación que el enunciador (*Mdz*) pretende construir con sus lectores. Hay un trato informal y directo entre enunciador y lector; al tiempo que una asimetría “pedagógica” visible en encuadres demostrativos como: “Bajá desde aquí”, “Éstas son las claves”, “En qué consiste”, propios de una instrucción.

En el caso de *Mdz*, al mayor encuadre espacio-temporal de los títulos que analizamos anteriormente (4 y 5), se le suman las marcas de una enunciación que intenta situarse como “en sintonía” con sus lectores. Cabe resaltar que *Mdz* es un diario “nuevo” y que se emite solamente en versión digital, a diferencia de los demás periódicos, de mayor trayectoria en el ámbito de la opinión pública y que cuentan con ediciones tanto *online* como en papel. Además, *Mdz* se ha posicionado explícitamente como un periódico dirigido a un público joven, lo cual explica el modo particular de relacionarse y establecer códigos con sus lectores.

La “*cita*” es otro tipo de estrategia que utilizan los encuadres del caso analizado para presentar la información. Este recurso introduce, mediante el uso del discurso directo, la información a través de las voces de sus protagonistas. Produce un efecto más expresivo, ya que no solo da cuenta de lo que se dice sino de cómo se enuncia, es decir, introduce la subjetividad de los actores por medio de sus entonaciones, sus voces y sus expresiones.

12. Cristina: “Esta ley va a poner a prueba la democracia” (*Uno*)
13. Cristina: “Esta ley va a poner a prueba a la democracia Argentina” (*Mdz*)

14. *PROYECTO DE LEY* “No hay condiciones democráticas de debate” para la ley de radiodifusión, dice la UCR (*El Sol*)

15. Sanz: “Vamos a resistir los intentos del oficialismo de seguir acumulando poder” (*Mdz*)

16. LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL “Libertad de expresión no puede convertirse en libertad de extorsión” (*El Sol*)

En los titulares aparecen reflejados los dichos de la Presidente en su discurso y frases de la oposición política (UCR) en torno al hecho. Por las voces que se presentan para anunciar la información, *oficialismo* y *oposición*, podemos asumir que el acontecimiento es semantizado desde una perspectiva de polarización. Esta operatoria del dispositivo mediático construye las categorías “voces a favor y voces en contra”, que resultan síntomas de la codificación-decodificación mediática y que serán reforzados en los días posteriores.

Es de destacar que en los titulares (14 y 16) del diario *El Sol* se sustituye al autor de la cita por encuadres temáticos que sirven de referentes del discurso directo que se enuncia. Estos “macro encuadres” son frecuentemente utilizados por *El Sol* para presentar la información y anticipar el título. En este caso, “Proyecto de ley” o “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” son los referentes temáticos de la cita, las cuales serían difícilmente decodificables sin este contexto semántico. Además, este recurso puede suponer un intento de atraer al lector a la lectura completa de la nota, al buscar las partes que el título ha dejado en suspenso.

Asimismo, los diarios publican otros titulares bajo el modo *informativo-objetivo* que dan cuenta de las repercusiones del hecho principal. En este caso, la información deriva como consecuencia del impacto que tuvo en el ámbito social y político el envío del Proyecto de Ley. Observamos en este caso los siguientes encuadres:

17. La oposición se resiste a debatir la nueva ley de medios antes del recambio parlamentario (*Los Andes*)

18. Fuerte rechazo de Unión PRO al proyecto de medios (*Mdz*)

19. Julio Cobos se alineó con la oposición en la polémica por la nueva ley de medios (*Mdz*)

20. PELEA. Rechazan el proyecto de Servicios de Medios Audiovisuales del gobierno nacional (*El Sol*)
21. Kunkel dijo que en 30 días será ley (*Los Andes*)
22. Una multitudinaria marcha apoyó la iniciativa frente al Congreso (*Los Andes*)
23. Unión-PRO solicitó que sea el "nuevo" Congreso el que debata la ley de Radiodifusión (*El Sol*)
24. Unas dos mil personas se manifiestan en apoyo a la ley (*El Sol*)

En la mayoría de los titulares, la temática construida en relación con el acontecimiento principal refleja el rechazo del Proyecto de Ley por parte de la oposición política (17, 18, 19, 20 y 23). La información introduce las voces alineadas con el gobierno (21) y las manifestaciones ocurridas en apoyo al Proyecto (22 y 24).

A través de una lectura de las acciones presentadas, podemos suponer que se ha construido un *efecto de polarización*, que organiza los hechos, los protagonistas, las acciones y los discursos bajo categorías polares (rechazo-apoyo) que supondrán modos de lectura instituidos desde la enunciación mediática.

De los títulos que dan cuenta de la oposición, solo el 17, 18, 19 y 23 enuncian quiénes son los actores políticos que rechazan el proyecto (la oposición, Julio Cobos, Unión Pro); en cambio, el titular 20 propone un sujeto tácito e indica que el proyecto es rechazado bajo un encuadre de “pelea”. Sin embargo, en este caso, “pelea” no cumple una función de encuadre, es decir, no contextualiza el título en un área temática, de modo de orientar o de ubicar al lector ante el contenido del cual se hablará, como sucede en los titulares 14 y 16 que analizamos anteriormente. Aquí, “pelea” es producto de una síntesis de la información que solo surge de un análisis y de una reflexión a posteriori del texto. De la misma forma, no describe el contenido que se desarrollará en el título o en el texto, sino que supone una estrategia de asignación de sentido por parte del enunciador. Por lo tanto, se ha producido un encuadre propio de un modo de *análisis-opinión* de la información. A esta operación que introduce la subjetividad del enunciador dentro del título la denominamos “*encuadre de sentido*”.

Por último, en el caso del diario *MDZ*, encontramos una nota vinculada al titular (5) que se encuentra ubicada en la parte inferior de una columna a la derecha del texto que incluye espacio destinado a publicidad, a la opinión de los lectores, a la presencia del diario en las redes sociales

(facebook), notas relacionadas, etc. La nota se presenta bajo el recuadro: “En debate: ley de medios”:

25. Democratizar las comunicaciones: sí, pero sabemos cómo y para qué

Por las características del modo de enunciación y por su ubicación, asumimos que se trata de información proveniente del ámbito del *análisis informativo* y *la opinión*. Este modo de producir noticias incorpora la perspectiva de especialistas y referentes en la temática, académicos, intelectuales, científicos, periodistas especializados, etc., que se suponen como líderes de opinión en un área particular. En este caso, la nota es escrita por Aram Aharonian, fundador del canal de noticias Telesur, quien intenta identificar y clarificar los elementos que debe tener una legislación sobre medios de comunicación.

Al mismo tiempo, la nota 25, también presenta en la parte inferior de su columna derecha, un recuadro titulado: “También en *Mdz*”, que incluye diversas noticias de archivo que remiten a antecedentes del tema ya publicados por este diario:

26. Dudas, debates y sospechas que plantea la nueva ley de radiodifusión (21 de abril de 2009).

27. Se debate en Mendoza el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación (21 de abril de 2009).

28. Carta Abierta/2 (14 de junio 2008).

29. Con el nuevo proyecto de radiodifusión, el gobierno apunta al Grupo Clarín (15 de agosto de 2009)

30. Libertad de expresión o impunidad (30 de agosto 2008).

31. Villarruel: "Es extemporáneo seguir con la ley de Radiodifusión de la dictadura" (22 de agosto 2009).

Podemos considerar que *Mdz* aporta a sus lectores la posibilidad de leer notas de archivo, antecedentes del tema, como es el caso del foro de análisis del Proyecto de Ley realizado en Mendoza el 21 de abril de 2009 (26 y 27). Así también, profundiza la información a través de la opinión y del análisis político de intelectuales de Carta Abierta (28) y del vocero de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (30), que argumentan en torno de la importancia y necesidad de asegurar la pluralidad, de evitar la formación de monopolios y oligopolios mediáticos, como también, el rol que debe

ocupar el Estado en este ámbito, sumado a la necesaria protección de las producciones locales y nacionales, entre otros aspectos. Asimismo, se incorpora la perspectiva del director del canal Telefé (31), quien destaca la necesidad de modificar la legislación vigente desde la última dictadura militar.

Mdz construye un saber-interés distinto en sus lectores y les atribuye *dudas, interrogantes y sospechas*. Esto justifica la mayor cantidad de notas y la necesaria contextualización de la información, no solo en un ámbito temporal más amplio, sino también, en un marco ideológico plural que incorpora voces críticas que no provienen de la esfera política, así como aquellas voces cuyos intereses representan a los grandes grupos mediáticos que se verían perjudicados por la normativa (29).

Tanto por el modo de enunciación, como por la ubicación de estas notas y sus encuadres, podemos suponer que nos encontramos en el espacio de la opinión y del comentario. La distinción entre “relato” y “comentario” depende de estrategias discursivas y de los efectos de sentido que producen dicha diferencia. Corea y Lewkowicz (1999: 45) explican que, desde la perspectiva de la lingüística estructural, “la división entre relato y comentario, son dos procedimientos enunciativos opuestos (historia y discurso), los cuales se diferencian por el uso que se haga de los tiempos, la deixis y algunas funciones sintácticas específicas, que producen como efecto la distinción entre una enunciación ‘objetiva’ para el relato y una ‘subjética’ para el comentario”. Sin embargo, según la postulación de Benveniste (1983) el carácter de objetividad no se desprendería esencialmente del procedimiento lingüístico, sino del uso cultural del lenguaje, es decir, del uso discursivo que convencionaliza ese uso para producir ese sentido, la distinción entre objetividad y subjetividad.

En este caso, la división entre relato y comentario, quedaría establecida entre aquellas notas que se presentan bajo un modo “informativo-objetivo”, que describen el acontecimiento y aquellos títulos producidos mediante la estrategia de “análisis-opinión” que introducen marcas de la subjetividad a través de expresiones, entonaciones, interrogaciones, etc. Los modos de decodificación del ámbito de la opinión se producen, también, por efecto del encuadre temático (“En debate: ley de medios”), por la ubicación espacial (dentro de un recuadro específico en una columna a la derecha de las notas principales), por su ubicación dentro de un contexto semántico (dentro del espacio destinado a publicidad, a la opinión de lectores, a las redes sociales, etc.) y por el modo de conexión o “linkeo” en relación con el resto de la información (se accede a estas notas por estar contactadas mediante *links* a las notas principales).

La división entre relato y opinión queda evidenciada, también, por el paso temporal de los acontecimientos. Las notas que presentan temas de archivo, hechos sucedidos, eventos “ya pasados”; en la actualidad, forman parte del ámbito del comentario. Es decir, la desactualización y el distanciamiento temporal de los contenidos permiten su discusión, su análisis a posteriori. Por otra parte, es de destacar que aquellos sujetos que representan al ámbito del “relato”, que se incluyen dentro de los suceso principal pertenecen al campo de la política, ya sea de la línea oficialista como del grupo de la oposición; en cambio, el terreno de la “opinión” queda conformado por aquellas voces que no forman parte de la esfera política: artistas, intelectuales, trabajadores de los medios, periodistas, etc.

El tratamiento posterior al acontecimiento: día 28 de agosto

Los títulos que se publican el día posterior al acontecimiento asumen un cierto saber del lector que involucra la información relativa al envío del Proyecto de Ley, sus características y sus repercusiones. En este punto, las estrategias de cada diario varían según qué tipo de información se asuma como “ya conocida” por el destinatario y aquellos datos que se consideren “nuevos” y relevantes en relación con la información publicada con anterioridad.

En el caso del día 28, observamos que se produjeron un total de 15 notas, la mitad de las producidas el día anterior. De la misma manera, observamos que se invierte la cantidad de notas por diario. Mientras que *Mdz*, el día 27, publica 16 notas, al día siguiente produce solo una noticia referida al tema. *Los Andes*, al igual que el diario *El Sol*, mantienen relativamente la misma cantidad de notas publicadas en ambos días y el diario *Uno*, por el contrario, aumenta su cantidad de notas, que, el segundo día, llegan a ser 6 frente a 2 del primero.

<i>Los Andes</i>	<i>MDZ</i>	<i>El Sol</i>	<i>Uno</i>
Cristina mandó la Ley de Medios e hizo fuertes acusaciones a la prensa (a)	El proyecto de ley de Medios ya está en poder de la Comisión de Libertad de Expresión de	Para Fadel el martes comenzaría el debate de la Ley de Comunicación Audiovisual (h)	Ley de medios: exigen que la trate el nuevo Congreso (k)
La norma abre el juego a las telefónicas y		Una puja	“Legislar en beneficio de todos

limita la concentración de licencias (b) No cesan los ataques a Clarín (c) Preocupación internacional (d) Cobos: "No debe hacerse desde el conflicto" (e) Frases destacadas (f)	Diputados (g)	ideológica domina el debate por el control de los medios (i) La oposición vuelve a criticar duramente el proyecto de radiodifusión K (j)	y no en perjuicio de algunos" (l) "Pone a prueba la democracia" (m) Radiodifusión: la Iglesia también pidió que se trate tras el cambio legislativo (n) La cámara que agrupa a la TV privada lanzó una dura advertencia (o)
---	---------------	---	--

Cuadro 1: elaboración propia

En todos los casos, los títulos presentan menor densidad informativa, es decir, que se redunda sobre los datos publicados el día anterior, pero con información adicional, que proviene tanto del modo en que las mismas acciones han sido efectuadas como de especificaciones sobre la información anterior. Por ejemplo, en (g) se comunica que el Proyecto se encuentra en la Comisión de Libertad de Expresión y, en (h), se indica que el debate empezaría el día martes. En ambos casos se ha producido una especificación de los contenidos relativos al Proyecto.

Por otro lado, la información adicional que se incluye involucra el modo en el que se produjeron los hechos. El título (a) agrega, a la información ya difundida el día anterior (Cristina envía la ley de medios), que, además, "hizo fuertes acusaciones a la prensa". El caso del titular (j) agrega, a los contenidos ya publicados, que "la oposición vuelve a criticar el Proyecto" y que lo hace "duramente". También, el titular (k) incluye una variación en la acción de los hechos: lo que el día anterior se "solicitó" o "pidió", en este caso, se "exige". En estos titulares hay, por un lado, un énfasis en la repetición y, al mismo tiempo, un cambio en la intensidad de la acción previa, lo cual induce a que la nueva información esté vinculada *con el modo en que se realizan las acciones*.

Por las marcas "valorativas" del discurso, podemos suponer que la información que se releva involucra la asignación de sentido a las acciones previamente comunicadas. La nueva información "varía" el modo en que se produjeron los hechos. Por lo tanto hay

una *modulación de la información*. Sin embargo, el foco que hace la nueva información en “la forma” en que se sucedieron los hechos no se deriva de los textos de las notas, de las citas o de frases textuales de los protagonistas del hecho; sino que es producto de una síntesis de la información que solo surge de un análisis y de una reflexión a posteriori por parte del enunciador. Se produjo, como vimos anteriormente, una operación de *encuadre de sentido*. Pero, a diferencia del encuadre de sentido efectuada en el título (20), en el cual el sentido antecede a la información, en este caso se construye una “variante” de la misma cuyos cambios producen un desacople de la información publicada el día 27 y el día 28; es decir, un desacople entre enunciado y enunciación.

De igual manera, el título (b) presenta una estrategia de *modulación de la información*, que permite leer a posteriori la información relativa a la descripción del proyecto. Ello indica que el proyecto puede ser resignificado a partir de una lectura de sus aspectos negativos, así como de una visión particular del mismo: “abre el juego a las telefónicas y limita la concentración de licencias”. Lo mismo sucede con el titular (i) referido al debate del proyecto: “Una puja ideológica domina el debate por el control de los medios”.

Por otra parte, la estrategia de *modulación* de la información será el modo de presentación de nuevos contenidos. Por ejemplo, en los títulos (n y p), encontramos nuevas fuentes de información que provienen de la cámara que agrupa a la TV privada y de la Iglesia. Lo que se comunica aquí sobre la TV privada es que “lanzó una dura advertencia” (o). Pero no sabemos de qué tipo de información se trata, cómo deriva en advertencia, a quién se dirige, cómo se relaciona con el hecho principal, quién opina y sobre qué tema, etc. En el titular (n), por otro lado, se comunica que la Iglesia “también pidió que se trate tras el cambio legislativo”. No encontramos aquí un énfasis en la nueva información, sino que vemos cómo nuevas voces se integran a la información ya conocida, es decir, “los que piden que la trate el nuevo Congreso”.

De la misma manera que se presentó el día 27, el modo de la “cita” refleja, en este caso, el efecto de polarización a través de las voces opositoras: Cobos (e, l) y de voces oficialistas (m). El tema que estas voces discuten, gira también en torno al modo en que se producen las acciones: “no debe hacerse desde el conflicto” (e), “Legislar en beneficio de todos y no en perjuicio de algunos” (l). Así, la construcción de sentido puede verse reflejada en el título (i) que da cuenta de la puja ideológica, al tiempo que

refuerza esta polarización: los que piden que la trate el nuevo Congreso y los que no; los que están a favor y los que están en contra; los que apoyan, los que critican, etc.

Observamos, además, cierta vaguedad y ambigüedad en la definición de los hechos. Algunos titulares, como (c), (d), (f), al igual que (o), parecen incompletos. El título (c) asume como información ya conocida por el lector el hecho de los “ataques a Clarín” y presenta como información que se desconoce el hecho de que estos ataques “no cesan”, pero no informa sobre el acontecimiento ni describe el hecho en cuestión. Lo mismo ocurre con el titular (d), cuyo encuadre es uno de los más ambiguos e indeterminados. La frase “preocupación internacional” no indica, salvo un estado de intranquilidad, una situación alterada, pero no se puede especificar de qué se trata esta situación, qué países están preocupados y por qué. Por lo tanto, se han utilizado encuadres de sentido que anticipan la lectura y el análisis de la información pero que no describen una situación en particular.

Observamos que los síntomas que se instituyen desde la enunciación mediática son la repetición y la polarización. El funcionamiento de los síntomas mediáticos produce la resignificación de la información, que proviene de la estrategia de modulación. Pero esta asignación de sentido es instituida desde la enunciación mediática a través de los encuadres de sentido y de los desacoples que produce la adjetivación a posteriori de las acciones y de los hechos: “duras críticas, duras advertencias, fuertes acusaciones, ataques que no cesan, preocupación internacional, etc.”.

En estos casos, los hechos pueden ser releídos a partir de las categorías que se establecen desde la enunciación mediática. Las nuevas voces no van a aportar información nueva, sino que van a sumarse a las posturas ya existentes. Hacer foco en el modo en que se producen los hechos, en el énfasis atribuido a las acciones, al igual que la repetición de la misma información produce un efecto de sentido, el agotamiento de la información. Por lo tanto, no hay novedades con respecto a este tema y, en consecuencia hay que proceder a su cierre. De esta manera, el debate no queda ampliado, profundizado, sino, por el contrario, estas nuevas voces van a aportar a su clausura, a su saturación, a una conclusión que ya ha sido establecida desde la enunciación.

Análisis de títulos: días 29, 30 y 31

29 de agosto			
<i>Los Andes</i>	<i>MDZ</i>	<i>El Sol</i>	<i>Uno</i>
<p>El martes empieza a debatirse la nueva Ley de Radiodifusión (A)</p> <p>Sanz se suma a las críticas de ley de radiodifusión (B)</p> <p>El martes empieza a debatirse la nueva ley (C)</p> <p>Duro rechazo de la TV privada al proyecto (D)</p> <p>El kirchnerismo niega ensañamiento con Clarín (E)</p> <p>La Iglesia pide esperar a diciembre (F)</p> <p>Condena de Adepa (G)</p>		<p>El kirchnerismo niega “un encono del Gobierno con el grupo Clarín” (H)</p> <p>La Iglesia “prefiere” que la nueva ley de radiodifusión se discuta después del 10 de diciembre (I)</p>	<p>El Gobierno defendió el proyecto de ley de radiodifusión (J)</p> <p>Radiodifusión: Francisco De Narváez propuso hacer el debate cuando Néstor Kirchner asuma como diputado (K)</p> <p>El radicalismo aconsejó no dar quórum (L)</p> <p>Ley de Medios: Mendocinos en el debate (M)</p> <p>Varias Campanas (N)</p>
30 de agosto			
<i>Los Andes</i>	<i>MDZ</i>	<i>El Sol</i>	<i>Uno</i>
<p>Radiodifusión: el Senado local pide posponer el debate (O)</p> <p>Rechazo de Adepa y ATA (P)</p> <p>La propuesta mantiene todos sus aspectos más polémicos (Q)</p>	<p>Ley de radiodifusión: medios locales se verían afectados por la medida (R)</p> <p>Quiénes ganan y quiénes pierden con la</p>		

	nueva Ley de Medios (S)		
31 de agosto			
<i>Los Andes</i>	<i>MDZ</i>	<i>El Sol</i>	<i>Uno</i>
Moyano salió a defender la Ley de Comunicación Audiovisual (T)	Aseguran que el proyecto de ley de Medios es "destructivo" para los sistemas de TV por cable (U)	Gil Lavedra: "Lo que anima al Gobierno no es defender la libertad de expresión" (V)	La oposición negocia una postura común (W)

Cuadro 2: elaboración propia

Los días posteriores al acontecimiento, encontramos menor cantidad de notas referidas al tema: 14 notas, el día 29; 3 notas, el día 30 y 4 notas, el 31. Algunos diarios no publicaron contenidos el día 29 (*Mdz*) y el día 30 (*El Sol*, *Uno*), solo *Los Andes* mantuvo las publicaciones sobre el tema diariamente.

La construcción de la noticia gira, en este caso, en la mayoría de los titulares, en torno al “debate del Proyecto”. Se utiliza la estrategia del modo informativo-objetivo para presentar información en este ámbito que indica cuándo se inicia el debate (A y C) y quienes participan del debate (M).

Además, se observan titulares que refieren al tema en un tono informativo-pedagógico, característico de *MDZ* (S) y, con menor densidad informativa, como es el caso de “Varias Campanas” (N), que identifican débilmente el hecho en cuestión.

Los titulares (Q y U) remiten a una estrategia de “modulación de la información” que analizamos previamente. Esta estrategia supone una repetición de los hechos –en este caso se refiere a la descripción del proyecto– y se atribuye un sentido a un hecho ya ocurrido mediante una modulación del mismo: “aseguran que es destructivo para la TV

por cable” (U) y “mantiene todos sus aspectos más polémicos” (Q). Como efecto de sentido, instala una lectura a posteriori de la descripción del proyecto que lo califica desde sus aspectos negativos.

Las acciones, las opiniones y las voces que reflejan los títulos formarán parte de operaciones de repetición y polarización, a través de las categorías ya instituidas por la enunciación mediática. Según dichas categorías los titulares se agrupan en: críticas/rechazo al Proyecto (B, D, L, P, U), apoyo/defensa del Proyecto (J, T), intención de controlar a los medios/grupo Clarín (E, H, V) y pedido de esperar a diciembre (F, I, K, O).

El efecto de repetición se produce por aquellos actores que toman una postura similar a las ya establecidas: apoyo y rechazo, categorías que, al mismo tiempo, serán fortalecidas por la serie de protagonistas que las ocupan: críticas/rechazo (Sanz); TV privada, Adepa, ATA (el radicalismo); apoyo/defensa del Proyecto (el gobierno, Moyano); intención de controlar a los medios/grupo Clarín (el kirchnerismo, Gil Lavedra); pedido de esperar a diciembre (la Iglesia, Francisco De Narváez, el Senado local).

Para finalizar, podemos decir que el tratamiento de la información realizada el primer día del envío del Proyecto remite a la presentación y descripción del Proyecto. Al mismo tiempo, introduce las categorías de polarización (apoyo/rechazo) a través de la introducción de citas y de repercusiones en el ámbito político y social. En el caso de *Mdz*, se incluye mayor información sobre antecedentes de la temática y notas de opinión que introducen voces críticas, perspectivas de especialistas e intelectuales que aportan otras miradas a la información.

En cuanto al tratamiento en los días posteriores, las estrategias de enunciación prevalecientes remiten al uso de encuadres de sentido y modulación de la información. Es destacable el mayor uso de este recurso por parte de *Los Andes* (a, b, c, d, D, G, P y Q) y, en menor medida, por *Uno* (k, o) y *Mdz* (U).

Por otra parte, la polarización, en esta segunda etapa se reforzará a través de citas directas e indirectas y la presentación de nuevos actores en el debate que se posicionan en contra u oposición a la normativa: *Los Andes* (e, f, B, F), *El sol* (j, l, n, I, V), *Uno* (K, L, W) y *Mdz* (R). Es posible señalar que en todos los periódicos son casi inexistentes los titulares que apuntan a destacar los aspectos positivos y favorables de la iniciativa de Ley y los sectores en apoyo.

Finalmente, observamos algunos titulares que se sitúan en una postura intermedia, dosificando el efecto de polarización, mediante la introducción de marcas de interrogación, duda o explicitando la existencia del debate: *El Sol* (i), *Uno* (M, N) *Mdz* (S). Es de destacar que en ningún caso, *Los Andes* construye encuadres en esta línea “neutral”.

En cuanto a una mirada ideológico-política del tratamiento del caso, si bien, como señalábamos anteriormente, tanto *Los Andes* como *Uno* pertenecen a grupos mediáticos que se verían perjudicados por la normativa, lo cual explicaría su impacto en la producción de lo textual; se puede constatar en la cobertura de las repercusiones (días 28, 29, 30 y 31) que la construcción de sentido por parte de los cuatro diarios puso énfasis en los aspectos negativos de la propuesta de Ley, así como también, en la presentación mayoritaria de voces opositoras a la misma.

Podemos asumir que, si bien *Mdz* incorporó, el primer día de análisis perspectivas críticas con respecto a los medios dominantes que argumentaron a favor de la revisión de la legislación y de la desmonopolización del espacio radioeléctrico, el tratamiento realizado en los cuatro días posteriores no representa una intención de dar continuidad y profundidad a estas perspectivas.

Síntesis y reflexiones finales

En este trabajo se produjo un recorrido de análisis que tuvo como objeto de estudio la construcción del acontecimiento y el uso de estrategias de enunciación en la cobertura del envío del Proyecto de Ley de medios por parte de la prensa mendocina.

El análisis de los títulos permitió registrar en este caso, distintas estrategias de encuadre en la presentación de la información o modos de producción del acontecimiento en cuestión. A fines del estudio indagado denominamos a estos modos: informativo-objetivo, descriptivo-explicativo, cita y el modo de análisis-opinión. Por otro lado, se pudieron corroborar distintas estrategias de introducción de la subjetividad en la información, las cuales inciden en el ámbito de los efectos de sentido y en las posibilidades interpretativas y valorativas.

Estas estrategias involucran: *la modulación de la información, la polarización, la repetición y el encuadre de sentido* que suponen marcas de la visión del enunciador en la presentación de los hechos. Dichas estrategias se convierten en “síntomas mediáticos”, en tanto que instalan una temporalidad que permite leer a posteriori como a

priori aquello que ellos instituyen (modulación) y anticipan en el encuadre una interpretación que se solo se produce a posteriori (encuadre de sentido). La polarización construye las categorías que permiten semantizar el acontecimiento, al mismo tiempo que son reforzadas desde la enunciación mediática (apoyo/rechazo). Por último, la repetición consiste en la puesta en serie mediática que apunta a un proceso de asignación de sentido a partir de repetición de elementos idénticos.

Según analizamos anteriormente, las estrategias de enunciación utilizadas por los diarios hicieron hincapié en una semantización del hecho cuyo foco se inscribió en los aspectos negativos de la propuesta de Ley y en sus opositores. En el análisis de las repercusiones se evidencia una mayor cantidad de títulos opacos, que retomando la perspectiva de Verón, sirven para generar complicidad con los lectores al “dosificar” los elementos informativos y los elementos no informativos.

La voluntad de opacidad evidenciada en los encuadres refleja el contrato de lectura y la complicidad establecida a través de referencias a universos culturales y sociales compartidos. En este caso, el privilegio del “statu quo”, el rechazo hacia medidas “conflictivas” y posturas “polémicas” suponen claves o códigos cuya decodificación funciona como “prueba” de pertenencia a un universo cultural burgués, sector al cual se dirigen tanto los productores como la circulación de los periódicos analizados.

Las estrategias de enunciación presentes en los encuadres del soporte de prensa del discurso mediático nos permiten identificar el tipo de contrato de lectura establecido entre el enunciador y el destinatario donde no es tanto el “contenido” del relato por sí mismo ni “la verdad” de lo ocurrido, sino su construcción narrativa lo que será, en definitiva, significante.

Bibliografía

ARFUCH, Leonor, *El espacio biográfico, dilemas de la subjetividad contemporánea*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2002.

BADIOU, Alain "“Conferencias de Alain Badiou 24 y 25 de abril del 2000”, en *Revista Acontecimiento*, N° 19-20, www.grupoacontecimiento.com.ar, 2007.

BENVETISTE, Emile, *Problemas de lingüística general*, Vol. II, Siglo XXI, México, 1983.

COREA, Cristina y LEWKOWICZ, Ignacio, *¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez*, Editorial Lumen/Hvmanitas, Buenos Aires, 1999.

THOMPSON, John, *Los media y la modernidad*, Paidós, Madrid, 1998.

VERÓN, Eliseo, “Ideología y comunicación de masas: sobre a constitución del discurso burgués en la prensa semanal”, en Verón Eliseo, *Fragmentos de un tejido*, Gedisa, Barcelona, [1975] 2004.

-----, “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica” en Verón Eliseo, *Fragmentos de un tejido*, Gedisa, Barcelona, [1984] 2004.

-----, *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa, Barcelona, 1987.

Corpus de Análisis

Notas consultadas el 3 y 4 de julio de 2011

Diario LOS ANDES

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/30/politica-443266.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/30/politica-443267.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/30/politica-443268.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/31/un-443513.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/29/politica-443024.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/29/politica-443027.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/29/politica-443028.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/29/un-443119.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/29/un-443120.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/29/un-443118.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/29/un-443167.asp>

<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/28/politica-442903.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/28/politica-442904.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/28/politica-442905.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/28/politica-442907.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/28/politica-442908.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/28/politica-442914.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/27/politica-442618.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/27/un-442726.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/27/un-442726.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/27/un-442761.asp>
<http://www.losandes.com.ar/notas/2009/8/27/un-442712.asp>

Diario MDZ

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/153936-villarruel-es-extemporaneo-seguir-con-la-ley-de-radiodifusion-de-la-dictadura/>
<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155112-ingresa-hoy-al-congreso-el-proyecto-de-ley-de-comunicacion-audiovisual/>
<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/152160-con-el-nuevo-proyecto-de-radiodifusion-el-gobierno-apunta-al-grupo-clarin/>
<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155294-en-que-consiste-el-proyecto-de-ley-de-los-medios-audiovisuales/>
http://www.medios.gov.ar/images/stories/notas/propuesta_ley_sca_.pdf
<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155349-sanz-vamos-a-resistir-los-intentos-del-oficialismo-de-seguir-acumulando-poder/>
<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155370/>
<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/112124-estas-son-las-claves-del-proyecto-oficial-para-una-ley-de-radiodifusion/>
<http://www.Mdzol.com/files/content/121/121462/ley-final-sin-marcas.pdf>
<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155281-fuerte-rechazo-de-union-pro-al-proyecto-de-medios/>
<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155216-cristina-esta-ley-va-a-poner-a-prueba-a-la-democracia-argentina/>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155142-democratizar-las-comunicaciones-si-pero-sabemos-como-y-para-que/>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/121453-dudas-debates-y-sospechas-que-plantea-la-nueva-ley-de-radiodifusion/>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/121090-se-debate-en-mendoza-el-proyecto-de-ley-de-servicios-de-comunicacion/>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/67282-libertad-de-expresion-o-impunidad/>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/52650-carta-abierta-2/>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/video/155235-cristina-anuncio-la-nueva-ley-de-medios/>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155199>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155666>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/156365>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155909/>

<http://www.Mdzol.com/Mdz/nota/155894-ley-de-radiodifusi%03%b3n-medios-locales-se-ver%03%adan-afectados-por-la-medida/>

Diario EL SOL

http://elsolonline.com/noticias/viewold/8345/unas_dos_mil_personas_se_manifiestan_en_apoyo_a_la_ley

http://elsolonline.com/noticias/viewold/8365/uni_n_pro_solicit_que_sea_el_nuevo_congreso_el_que_debata_la_ley_de_radiodifusi_n

http://elsolonline.com/noticias/viewold/8467/para_fadel_el_martes_comenzar_a_el_debate_de_la_ley_de_comunicaci_n_audiovisual

http://elsolonline.com/noticias/viewold/8501/el_kirchnerismo_niega_un_encono_d_el_gobierno_con_el_grupo_clar_n

http://elsolonline.com/noticias/viewold/8485/la_iglesia_prefiere_que_la_nueva_ley_de_radiodifusi_n_se_discuta_despu_s_del_10_de_diciembre

http://elsolonline.com/noticias/viewold/8367/rechazan_el_proyecto_de_servicios_d_e_medios_audiovisuales_del_gobierno_nacional

http://www.elsolonline.com/noticias/viewold/8336/libertad_de_expresi_n_no_pued_e_convertirse_en_libertad_de_extorsi_n

http://www.elsolonline.com/noticias/viewold/8383/una_puja_ideol_gica_domina_e_l_debate_por_el_control_de_los_medios

http://elsolonline.com/noticias/viewold/8358/no_hay_condiciones_democr_ticas_d_e_debate_para_la_ley_de_radiodifusi_n_dice_la_ucr

http://www.elsolonline.com/noticias/viewold/8294/cristina_presenta_el_proyecto_d_e_ley_de_servicios_de_comunicaci_n_audiovisual

<http://elsolonline.com/noticias/viewold/8461/>

http://www.elsolonline.com/noticias/viewold/gil_lavedra_lo_que_anima_al_gobier_no_no_es_defender_la_libertad_de_expresi_n

Diario UNO

<http://www.diariouno.com.ar/pais/cristina-esta-ley-va-a-poner-a-prueba-la-democracia-20090827-0016.html>

<http://www.diariouno.com.ar/pais/puntos-principales-del-proyecto-de-ley-de-radiodifusion-20090827-0047.html>

<http://www.diariouno.com.ar/mendoza/ley-de-medios-mendocinos-en-el-debate-20090829-0013.html>

<http://www.diariouno.com.ar/pais/la-oposicion-negocia-una-postura-comun-20090831-0052.html>

<http://www.diariouno.com.ar/pais/el-radicalismo-aconsejo-no-dar-quorum-20090829-0015.html>

<http://www.diariouno.com.ar/pais/radiodifusion-francisco-de-narvaez-propuso-hacer-el-debate-cuando-nestor-kirchner-asuma-como-diputado-20090829-0004.html>

<http://www.diariouno.com.ar/pais/el-gobierno-defendio-el-proyecto-de-ley-de-radiodifusion-20090829-0014.html>

<http://www.diariouno.com.ar/pais/radiodifusion-la-iglesia-tambien-pidio-que-se-trate-tras-el-cambio-legislativo-20090828-0051.html>

<http://www.diariouno.com.ar/pais/la-camara-que-agrupa-a-la-tv-privada-lanzo-una-dura-advertencia-20090828-0056.html>

<http://www.diariouno.com.ar/edimpresa/nota.php?id=222456>

<http://www.diariouno.com.ar/edimpresa/nota.php?id=222504>

<http://www.diariouno.com.ar/edimpresa/nota.php?id=222463>

<http://www.diariouno.com.ar/edimpresa/nota.php?id=222559>