

## NARRATIVAS PERIODÍSTICAS EN TORNO AL RECONOCIMIENTO DE LA LÍNEA EDITORIAL DEL DIARIO MENDOCINO *LOS ANDES*, EN DOS ETAPAS

**María Lucía Giribone y Paula Sofía Zelaya**  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,  
Universidad Nacional de Cuyo (Argentina)

### Resumen

Es objetivo de este estudio identificar, conocer, problematizar, comparar y analizar las transformaciones de las narrativas periodísticas en torno al reconocimiento de la línea editorial del diario mendocino *Los Andes* en sus etapas inicial y contemporánea: años 1885 y 2014. Para llevarlo a cabo y poder problematizar dicha temática, nos hemos planteado algunas preguntas de investigación, a saber: ¿hay línea editorial explícita en los editoriales del diario *Los Andes* en 1885? ¿Cómo se evidencia? ¿Qué transformación/es se da/n en la redacción actual en cuanto a la intencionalidad editorial? ¿Cuáles son los cambios (si los hubiera) en las narrativas periodísticas de ambos períodos?

**Palabras clave:** línea editorial, narrativas periodísticas, intencionalidad.

### Introducción

En el presente artículo abordamos las narrativas periodísticas en lo que respecta al reconocimiento de la línea editorial de un periódico tradicional mendocino como es *Los Andes*. Ahora bien, al ser un diario de 130 años (vale señalar que es el cuarto periódico más antiguo de la Argentina, después de *La Capital* de Rosario, *La Prensa* y *La Nación*), resulta necesario realizar un recorte y tomar solo algunos de sus momentos más representativos. Así pues, llevamos a cabo este análisis en dos períodos temporales, muy diferenciados en tiempo y características, a saber: en primer lugar una etapa inicial, en 1885, en el marco de sus primeros años de vida, necesaria para remontarnos a sus inicios y a la idea fundante de periodismo que concebía *Los Andes* en aquella época; y en segundo lugar una etapa actual, encuadrada en el último año transcurrido, es decir, 2014, para advertir todos los posibles cambios acontecidos desde su inicio y para observar el accionar en el mundo digital que hoy es tendencia.

Para este análisis tomamos una construcción teórica nodal de la noción de “narrativas periodísticas” siguiendo lo desarrollado por Omar Rincón, además de ampararnos en la teoría de la “intencionalidad editorial” y sus conceptos teóricos básicos como línea editorial y objetividad. Por otro lado, retomamos las principales premisas de la teoría del encuadre o *framing*.

Como se verá más adelante, desarrollamos la temática antes mencionada mediante un análisis comparativo de los editoriales del mes de marzo de cada una de las etapas. Vale aclarar que escogimos esta sección

particular del diario ya que es la posición institucional, en la que cada medio imprime con mayor nitidez su punto de vista, y por eso podemos notar con mayor claridad la línea editorial de *Los Andes*. A su vez, analizamos los editoriales del mes de marzo, porque es considerado un mes decisivo en la provincia no solo por el inicio de clases y las consecuentes discusiones educativas, sino también por ser el mes que cobija la Vendimia, matriz fundamental de Mendoza, que pretendimos comparar en las etapas escogidas.

Por lo expresado con antelación, fue objetivo de este estudio identificar, conocer, problematizar, comparar y analizar las transformaciones de las narrativas periodísticas en torno al reconocimiento de la línea editorial del diario *Los Andes* en dos épocas diferentes (1885 y 2014).

Ahora bien, la estructura de nuestro trabajo estuvo marcada por diferentes secciones para facilitar la investigación y análisis propuesto. En primer lugar realizamos un recorrido teórico para poder contextualizar el tema y poder llevar a cabo un posterior análisis basado en la teoría expuesta y contrastable con ella.

De esta manera intentamos avanzar en el estudio y elaborar posibles respuestas a las preguntas que dieron origen a nuestra investigación. Sin embargo, no cerramos la puerta a potenciales interrogantes que puedan surgir en el futuro.

Por último, incluimos un apartado de conclusiones, donde retomamos lo trabajado a lo largo de la investigación para corroborar o refutar la hipótesis o tema seleccionado. Además, efectuamos una síntesis del análisis interpretativo.

### **Hacia los conceptos teóricos**

Partimos de definir el concepto “conservador”, ya que es una categorización con la cual se suele relacionar a *Los Andes*. Se trata de un concepto que se puede aplicar tanto a la persona, organismo o gobierno que es partidario de mantener los valores políticos, sociales y morales tradicionales y que se opone a reformas o cambios radicales en la sociedad.

A su vez, sabemos que el siglo XIX se caracterizó en la Argentina por ser un período socio-histórico liberal-conservador. Observamos que, a grandes rasgos, el diario *Los Andes* en el año 1885 establece cierta relación de apoyo al entonces presidente Julio Argentino Roca, figura máxima del Partido Autonomista Nacional (PAN), autodenominado liberal-conservador. Esto demuestra la clara tendencia conservadora en *Los Andes*.

### **Narrativas Periodísticas**

A continuación, profundizaremos el concepto de “narrativas periodísticas”, ampliamente desarrollado por Omar Rincón. Resulta imprescindible para el devenir de la investigación conceptualizarlas y mencionar sus características más destacadas, ya que nuestro tema principal gira en torno a ellas y además uno de los interrogantes que intentamos responder versa sobre los cambios acontecidos en la forma en que el periodismo narraba en el siglo XIX y cómo lo hace en el contexto actual del siglo XXI.

Para comenzar, antes de inmiscuirnos en el complejo mundo de la narración periodística y sus connotaciones, conviene retomar una definición del propio Rincón:

...el periodismo se puede comprender como los diversos modos narrativos para contar la realidad en el horizonte de la actualidad. Como es un acontecimiento narrativo, su legitimidad está más marcada por la verosimilitud (contar para que parezca real) que por su veracidad (que sea verdad) [...]. Informar significa, entonces, “dar forma”, y ser periodista, “narrar la realidad” (Rincón, 2006: 111).

Ahora bien, ¿qué significa, entonces, narrar en periodismo? Rincón esboza una primera respuesta: “significa comprender que el periodismo es un dispositivo narrativo para la comprensión humana, una manera de inscribir/escribir el mundo. El periodismo cuenta y comprende el presente, la vida cotidiana y pública” (Rincón, 2006: 122).

Si excavamos un poco más profundo en el tema, nos vemos obligadas a indagar sobre cómo narra el periodismo. Nuevamente es Rincón quien nos aproxima una solución:

La narración periodística sigue estructuras que juegan entre la sensación y la argumentación, entre lo estético y lo informativo, entre el sentido y el ritmo, entre la verdad y lo verosímil. Se busca comunicar el mensaje con impacto afectivo [...]. Narrar periodísticamente significa investigar la realidad: a mayor investigación se gana un mejor control sobre lo que se va a informar, se puede manejar mejor las condiciones impuestas de producción y ganar en posibilidades de relato (Rincón, 2006: 123).

Ya hecho este breve relevo de cuestiones preliminares, citaremos ahora algunos de los criterios que se deben tener en cuenta en la narrativa periodística, siguiendo lo planteado por Rincón en *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del espectáculo*:

Dejar de lado las seis preguntas clásicas:

Los mejores diarios del mundo se están liberando del viejo corsé que obliga a dar una noticia obedeciendo el mandato de responder en las primeras líneas [...] las cinco W: qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué. Contar la vida, volver a narrar la realidad con el asombro de quien la observa y la interroga por primera vez: esa ha sido siempre la actitud de los mejores periodistas y esa será, también, el arma con que los lectores del siglo XXI seguirán aferrados a sus periódicos de siempre (Martínez, 2001: 38; Rincón, 2006: 124).

Dudar de las certezas: ejercer la sospecha como actitud profesional, ya que la llama sagrada del periodismo es la duda, la verificación de los datos, la interrogación constante. Allí donde los

documentos parecen instalar una certeza, el periodismo instala siempre una pregunta (Rincón, 2006: 124).

Hibridación de géneros: asumir que vivimos el fenómeno de la mezcla de géneros, que no existen los modos puros de narrar. [...] los métodos tradicionales de periodismo no reflejan la riqueza de la situación que se describe. Es entonces cuando tenemos que buscar ayuda en los métodos de la literatura de no ficción para enriquecer nuestro periodismo (Kapuscinski, 2000; Rincón, 2006: 125).

Imaginar un lector modelo: se escribe para la gente que asiste a la información; no se trata de que el periodista se exhiba, sino que se conecte con la sociedad. Hay que romper con la idea de que los lectores y las audiencias solo quieren informarse, solo quieren que les cuenten la vida (Rincón, 2006: 126).

Un trabajador del lenguaje: los periodistas tienen como misión y obligación proteger el lenguaje [...]. En el uso del lenguaje, los límites son impuestos por el público, su vocabulario es el del discurso público y ha de poder ser entendido en la calle; ha de ser un lenguaje con gran poder descriptivo, eficiente, llamativo y creíble (Adam, 1993: 23-42; Rincón, 2006: 126).

Una actitud de agitador expresivo: el periodista, desde su narración, puede y debe agitar la conciencia social, intervenir en las condiciones impuestas para la producción de la información (Rincón, 2006: 126).

### **Modelo de Intencionalidad Editorial (MIE)**

Una vez delimitada la noción de "narrativas periodísticas", nos abocaremos a continuación a desarrollar los principales preceptos del MIE, ampliamente abordados por Víctor Ego Ducrot y Ernesto Espeche. Como estudiaremos si los editoriales explicitan (o no) su línea editorial, es conveniente definirlos para poder clarificar su correcta aplicación. Además recuperaremos algunas discusiones, siempre latentes, sobre la noción de objetividad y su empleo (pertinente o no) dentro del campo del periodismo.

En primer lugar afirmamos, parafraseando a Ernesto Espeche (2010), que el Modelo de Intencionalidad Editorial (MIE) constituye una propuesta teórica que pretende suplir el vacío existente en materia de "teorías de periodismo", y se erige así como una respuesta superadora del equívoco concepto reinante desde siempre: la dicotomía objetividad-subjetividad.

Para Ducrot (2009),

El Modelo de Intencionalidad Editorial es aplicable a todos los casos de procesos periodísticos, en todo tipo de soporte mediático, todo género profesional y en toda especialidad, incluso en ese campo que se llama información de servicios. Se trata de un modelo aplicable tanto a la producción

como al análisis de los procesos periodísticos. Para este último caso la herramienta más eficaz es la del Observatorio de Medios, con rigor teórico y metodológico, un insumo de vital eficacia para el descubrimiento o el trazado de estrategias comunicacionales (Ducrot, 2009: 18).

Si tenemos en cuenta que el MIE intenta superar el polémico binomio objetividad-subjetividad, podría considerarse, siguiendo a Espeche, que el punto de partida para sentar las bases de dicho modelo fue la frase expresada en 1960 por el periodista argentino Jorge Ricardo Masetti: "somos objetivos pero no imparciales, porque consideramos que es una cobardía ser imparcial, pues no se puede ser imparcial entre el bien y el mal" (*Prensa Latina*, 2009: 60).

La sentencia formulada por Masetti instaló un nuevo debate, ahora sobre objetividad-parcialidad. Antes de ahondar sobre este binomio fundante del MIE, haremos un brevísimo repaso sobre la evolución que ha habido en las ciencias de la comunicación con respecto al término "objetividad" y al uso que allí se le da.

### **Derribando el mito del periodismo (solamente) objetivo**

En su *Diccionario general de periodismo*, José Martínez de Souza sostiene que las cualidades de una agencia de noticias son "urgencia, objetividad y servicio completo" y define a la objetividad como una "cualidad de la información realmente imposible de conseguir, refleja los hechos tal cual son, sin aditamentos de opiniones personales". El manual de estilo de la agencia francesa France Press (AFP) proclama "sea usted objetivo. No opine. No juzgue. Proporcione información [...]". En *Desinformación: métodos, aspectos y soluciones* (EUNSA, Universidad de Navarra, 1994), Gabriel Galdón López distingue los siguientes aspectos de la desinformación: "la visión parcial y superficial de la realidad, la acumulación trivializada de los hechos, la idolatría de la realidad, la omisión de lo esencial y la visión parcial" (Ducrot, 2009: 11-12).

Los ejemplos anteriores son evidencia para Ducrot:

... [de] un confuso arco conceptual y de la carencia de reflexión epistemológica que caracterizan al debate sobre el hecho periodístico en general. Esas confusiones y esas carencias indican por qué el periodismo aún no encontró su propio método para analizar su propio discurso, quedando esclavo de los aportes provenientes de otro ámbito del conocimiento como es el de la semiología (Ducrot, 2009: 12).

Como ya es sabido,

... la contradicción objetividad-subjetividad estuvo presente desde siempre en el centro de la polémica teórica sobre el hecho periodístico. Pero, justamente debido a su existencia como único

parámetro equívoco, es que esa polémica ha sido, hasta ahora, insuficiente, segmentada y carente de rigor metodológico (Ducrot, 2009: 6).

Ahora bien, ¿qué es la “objetividad”? La Real Academia Española (RAE) define “objetivo” como ‘perteneciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir. / Que existe realmente, fuera del sujeto que lo conoce’. De esta manera se presenta tal término en una concreta contradicción con el del “subjetivo”.

Al respecto Esepche da su opinión:

La definición de objetividad [...] remite al concepto de realidad, “sin aditamentos de opiniones personales”, ligado a la idea de imparcialidad y de validez como valor de las noticias y fuente de credibilidad. La interpretación imparcial de los hechos es presentada como la realidad misma. Tal como aparece en el imaginario idealista, la realidad puede ser “captada” por los sujetos de modo transparente, [...] esta pretensión es insostenible. Sin embargo, lejos de aquel apogeo positivista, estas ideas dominan hoy las redacciones de la gran prensa y alientan de modo deliberado e intencionado la posibilidad irrealizable de un “periodismo independiente” (Esepche, 2010: 158).

Entonces podemos descartar que el periodismo pueda ser objetivo en el sentido antes mencionado, ya que es imposible que los sujetos capturemos la realidad de modo transparente, independientemente de nuestras ideas, pensamientos, opiniones, intereses, etcétera. Se asoma ahora un nuevo problema: “¿puede hablarse de periodismo subjetivo? Entendemos la subjetividad como “la representación de aquello que el yo percibe como opuesto a lo que se supone que en la realidad existe”. Este pensamiento, heredero de la filosofía idealista, del imperio de la conciencia constitutiva, “implica una división entre objeto y sujeto, entre pensamiento y realidad o entre el yo y el otro” (Esepche, 2010: 158).

Llegamos entonces al meollo de la cuestión y retomamos aquella primordial idea de Masetti: “somos objetivos pero no imparciales”. Al respecto, Esepche da su parecer:

... el MIE es incompatible con las corrientes objetivistas de la praxis informativa. La parcialidad es un componente ineludible de nuestro oficio [...]. La asunción y reconocimiento explícito de una parcialidad determinada ante los hechos es un acto de honestidad intelectual y siempre debe conjugarse con la profesionalización de las técnicas que darán rigor y solidez a nuestras coberturas (Esepche, 2013: 5).

Pero ¿qué quiere decir esto? ¿No acabamos de demostrar que la objetividad en tanto tal no existe? ¿Cómo es eso de la “parcialidad”? Al respecto, Ducrot esboza una clara respuesta, que funciona de base para el MIE:

La dicotomía objetividad-subjetividad (a) no solo es insuficiente sino que es errónea. La naturaleza del hecho periodístico surge de la relación dialéctica que existe entre (a) y la dicotomía entre parcialidad e imparcialidad (b). Consideramos que si la teoría del valor revela al fetiche en términos de procesos históricos en general, partiendo de ese principio, el desarrollo de esa doble dicotomía tiende a descubrir cómo se expresa ese fetiche en el marco de la actividad periodística [...]. El discurso periodístico no tiene otra alternativa que ser objetivo, en el sentido de referencia, es decir basado en hechos susceptibles de ser confirmados y constatados a través de fuentes directas o indirectas, testimoniales o documentales. El "periodismo subjetivo" simplemente no es periodismo, pertenece a la propaganda en sentido amplio.

Así como la objetividad es un componente del hecho periodístico, el mismo necesariamente será parcial, como lo es toda actividad humana desde el punto de vista cultural antropológico, y entendida esa parcialidad no como aceptación de una parte en detrimento del todo sino como asunción de una posición propia del periodista o del medio ante el complejo y multifacético entramado de hechos sobre los que trabaja la práctica periodística. En consecuencia sostenemos que el hecho periodístico debe ser necesariamente objetivo y es necesariamente parcial (Ducrot, 2009: 15).

Espeche completa esta idea:

... [el periodismo] no es solo objetivo, es objetivo y parcial en un mismo movimiento que implica asumir una posición determinada sobre los hechos de la realidad confirmados según fuentes. Cuando la parcialidad se construye por fuera de los hechos y sus fuentes ya no estamos ante la construcción de una parcialidad determinada, sino frente a una vulgar tergiversación y falsedad informativa [...] en el periodismo, es la parcialidad (la toma de posición) la que interviene, a partir de la selección de agenda y de fuentes, en la objetivación del complejo entramado de hechos que configuran el objeto de la actividad periodística (Espeche, 2010: 174).

### **Hacia una definición de línea editorial**

“Desde el punto de vista metodológico, el MIE propone una serie de herramientas para el análisis de las coberturas periodísticas [...] y se involucra en la producción periodística a través de la definición y la puesta en marcha de líneas editoriales” (Espeche, 2009: 1).

Espeche avanza un poco más en el tema:

... construir una línea editorial es definir objetivos estratégicos, es decir, no atados a la coyuntura diaria. Esos objetivos toman la forma de valores o ideas generales que expresan la asunción de un

lugar en la larga y amplia tradición del debate ideológico. Pero no se trata de simples valores individuales sino de concepciones orgánicas (Espeche, 2013: 3).

Al respecto, Ducrot da su punto de vista:

... el desafío [...] consiste en develar cuál es la intencionalidad editorial de un discurso, entendiendo a esta última categoría (intencionalidad editorial) como el conjunto de informaciones y de reflexiones, fundadas, constatables y confirmables, según fuentes, que a su vez permiten descubrir qué discurso de clase o de grupo se esconde detrás del discurso con pretensiones de validez universal. Es decir, cuál es la parcialidad transformada en objetividad [...] el "descubrimiento" de la intencionalidad editorial exige de una investigación periodística (Ducrot, 2009: 17).

Ahora bien, es también Espeche quien asegura que una línea editorial no puede reducirse solo a las características, por ejemplo, de oficialismo-oposición, sino que en todo caso estas son más una consecuencia de un posicionamiento editorial. Es decir que, en nuestro caso, que el medio sea opositor "se explica por la defensa de determinado conjunto de ideas o intereses sobre las múltiples facetas que intervienen en el escenario político, económico y social" (Espeche, 2013: 2).

Si calamos un poco más hondo, podemos afirmar que:

... el cerco delimitado por la línea editorial se puede pensar desde el concepto de hegemonía si aceptamos que esta última define un marco en cuya amplitud descansa la reproducción de determinados valores e ideas. La hegemonía será, entonces, la capacidad de una clase, facción o un grupo de ejercer un liderazgo espiritual y moral sobre el resto de la sociedad (Espeche, 2013: 4).

Espeche (2013) agrega que: "la elección estética debe, además, contemplar los rasgos culturales del entorno donde se produce. Debemos evitar el exceso de calificativos y adjetivos. Es este uno de los vicios más frecuentes a la hora de marcar parcialidad". Esta es una característica importante ya que lo mencionado por Espeche constituye también algunas particularidades de las narrativas periodísticas, eje central de este estudio.

A modo de conclusión, retomamos estos conceptos: "la definición de una línea editorial se presenta como un paso esencial en el diseño de una rutina periodística. Desde ella es que ponemos en juego todas las herramientas asociadas al oficio para posicionarnos desde nuestra parcialidad en cada coyuntura" (Espeche, 2013: 8).

### **La teoría del encuadre o *framing***

Para el certero devenir de nuestra investigación, consideramos pertinente recoger los preceptos básicos de esta teoría, porque entendemos que los medios de comunicación, toda vez que recopilan datos de la “realidad” y los publican ya sea en forma de noticia, notas, o en este caso editorial, realizan un tratamiento de tales datos, ajustándolos o, mejor dicho, encuadrándolos conforme a determinados patrones. Para poder comprender mejor este proceso de encuadre, retomaremos las contribuciones desarrolladas por María Teresa Sádaba Garraza y Belén Amadeo y las explicitaremos a continuación. En este caso, solo tomaremos los aportes realizados de esta teoría en materia de comunicación, ya que su utilidad en otros campos de las ciencias sociales excede esta investigación.

Para comenzar, diremos que la teoría del encuadre o del *framing*, surge “en el contexto de la sociología interpretativa. Sin embargo, el concepto como tal aparece en el ámbito de la psicología y es Erving Goffman, quien, al recogerlo en su trabajo, añade los matices sociológicos que adoptará el término también en los estudios de los medios de comunicación” (Sádaba Garraza, 200: 144). Dado este doble componente, podría considerarse, siguiendo a Belén Amadeo en su texto *Framing: teoría para armar*, que es una teoría que se inscribe dentro de la psicología social.

Antes de proseguir vale una aclaración terminológica: la traducción al castellano del término inglés *framing* tiene varias acepciones, como por ejemplo ‘marco’, ‘enfoque’, ‘formato’, ‘encuadre’. Pero será esta última, al decir de María Teresa Sádaba Garraza (2001), la que se utilice en el campo de los estudios en comunicación, ya que es la que más se ajusta, porque responde a un mismo objeto de análisis. De allí que puedan usarse como sinónimos “encuadre” y “*framing*”.

Ahora bien,

... el estudio de la teoría del encuadre desde la teoría de la comunicación se desarrolla en las décadas de los setenta y de los ochenta, cuando los analistas de los medios de comunicación, teniendo en cuenta las contribuciones de la sociología interpretativa, profundizan en un análisis de tipo cognitivo. Los significados de la realidad difundidos desde los medios de comunicación y su repercusión en los significados de esa misma realidad para las audiencias se configuran como el principal objeto de estudio (Sádaba Garraza, 2001:156).

Para Belén Amadeo,

... es una teoría dinámica y global de la comunicación [...] que recorre todo el proceso, desde la elaboración del mensaje hasta su interpretación [...] además explica cómo es que la idiosincrasia de una comunidad se ve reflejada en sus medios así como el hecho de que éstos son actores clave en la conformación de la memoria colectiva (Amadeo, 2008: 28-29).

Si nos preguntamos concretamente qué es el *framing*, podemos responder:

... es una teoría que explica el proceso de transmisión de sentidos, significados, valores, símbolos, signos y pautas de convivencia que se da entre la sociedad y sus medios de comunicación. Esta teoría busca explicar que los individuos que trabajan en los medios de comunicación, así como estas empresas informativas, se encuentran insertas en una comunidad cuyos valores se ven reflejados en la información que transmiten (Amadeo, 2008: 30).

La teoría del *framing* no se queda atrás cuando se trata la temática de la objetividad, planteada en el apartado anterior. Sádaba Garraza (2001) opina al respecto que “también la investigación en comunicación explica el uso de la teoría del encuadre para responder en cierto sentido de las prácticas profesionales y teorías del objetivismo informativo, que se demuestran impracticables (Sádaba Garraza, 2001: 156).

A su vez da algunas definiciones que pueden ayudar a esclarecer el panorama:

En el mundo periodístico, la objetividad, entendida como falta de intromisión del sujeto en el conocimiento, según la máxima propuesta por el periodista Scott a principios de siglo, según la cual “los hechos son sagrados y las opiniones son libres”. Conforme a esta premisa, el periodista tenía que elaborar una información puramente fáctica, debía distanciarse de los hechos y su cometido era separarlos radicalmente de la opinión, reservada para una sección propia de firmas concretas.

El objetivismo es, en definitiva, la aplicación al trabajo periodístico de la pretensión decimonónica del positivismo científico y de su precedente, el empirismo inglés, que establecía el reinado de los criterios aplicados a las ciencias naturales para todo tipo de conocimiento, también el de las ciencias humanas y sociales (Sádaba Garraza, 2001: 157).

En párrafos anteriores expresamos que el Modelo de Intencionalidad Editorial se ampara en la premisa de la parcialidad, entendida como una inevitable toma de posición por parte del comunicador. De la misma manera, pero desde sus propios parámetros, “... la respuesta que ofrece la teoría del *framing* al objetivismo es negar sus postulados, ya que argumenta que, cuando cuenta lo que sucede, el periodista encuadra la realidad y aporta su punto de vista” (Sádaba Garraza, 2001: 159).

A partir de esto, nos resta un interrogante: ¿cómo se realiza un encuadre? Antes tendríamos que tener en cuenta que “... el *framing* es ‘la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración’. El *framing* es en gran medida selección de información (Tankard y sus colegas)” (Sádaba Garraza, 2001: 165). Para este autor, “son las relaciones de poder las que explican los *frames* de la noticia” (Sádaba Garraza, 2001: 168).

Por último, Amadeo intenta responder la pregunta planteada:

... los *frames* de las redacciones se manifiestan, por ejemplo, en los temas que tratan las noticias, en la relevancia que se les da a estos temas, en el tipo de redacción que reciben o en las fuentes de información que se citan [...]. Así pues, cuando un medio publica noticias, describe a la vez que define las características propias de la sociedad a la que sirve. Los *frames* que emplean los periodistas a la hora de crear una noticia se valen de los esquemas mentales de los individuos para enlazar, fortalecer o modificar símbolos comunes que conforman y mantienen la memoria colectiva de una comunidad. Esta memoria colectiva es la que determina las características, aspiraciones y valores de una sociedad. Es la que define esa sociedad como distinta de las otras, como una sociedad única e irrepetible (Amadeo, 2008: 29).

### La noción de cultura mediática

La noción de cultura mediática constituye como tal una de las bases imprescindibles de la tríada teórica sobre la que se sostiene nuestro trabajo investigativo. Si bien dicho proyecto se funda, como ya hemos mencionado, en las narrativas periodísticas, particularmente en lo que refiere a la explicitación (o no) de la línea editorial del diario *Los Andes*, no podemos dejar de lado la cultura mediática.

Nuestra investigación, al tratarse de la comparación de dos etapas temporales de un mismo medio masivo de comunicación, más precisamente de un diario, incluye necesariamente la cultura mediática, en tanto que esta "... es la red de relaciones construidas a través de los medios de comunicación y de las Tecnologías de Información y Comunicación, particularmente los medios masivos o Mass Media" (Solís).

O como asegura Douglas Kellner "la cultura de los medios consiste en la radio y la reproducción de video [...], el cine y sus formas de distribución [...], los medios de edición que van desde *periódicos* hasta revistas y la televisión, que es el centro de la cultura mediática" (Kellner, 1995: 7) (la cursiva es nuestra).

Teniendo en cuenta lo planteado por ambos autores, es entonces menester aclarar que, del corpus seleccionado para nuestro estudio comparativo (la sección "Editorial" del diario *Los Andes* en el mes de marzo de 1885 primero, y en el mes de marzo de 2014 después), la noción de cultura mediática no alcanzará al primero por tratarse de una publicación del siglo XIX, sino que será exclusivo del segundo, propio del siglo XXI, es decir, inscripto en el capitalismo tardío.

Una vez hechas dichas salvedades, necesarias para el correcto devenir de nuestro análisis, retomaremos algunas definiciones y características de cultura mediática para comprender en profundidad a qué nos estamos refiriendo.

Nuevamente Kellner nos esclarece el panorama:

... el término "cultura mediática" tiene también la ventaja de significar tanto la naturaleza y forma de los artefactos de las industrias culturales, cuanto su modo de reproducción y distribución. Evita términos ideológicos como "cultura de masas" o "cultura popular", y enfoca la atención sobre los

circuitos de producción, distribución y recepción mediante el cual se construye, se distribuye y se consume la cultura mediática (Kellner, 1995: 44).

### ¿Qué pasaba en 1885 cuando *Los Andes* daba sus primeros pasos?

El 20 de octubre de 1883, durante la gobernación de José Miguel Segura, aparece *Los Andes*, fundado por el doctor Adolfo Calle [...] aparecido un sábado, muestra a Vicente M. Romero Toro como editor y la redacción es anónima. Se define como periódico de la tarde y anuncia publicaciones los días martes, jueves y sábados (Oviedo, 2010: 112).

En su definición de propósitos, titulada "Al pueblo" –firmada La Redacción– expresa: "Venimos al campo de la prensa dispuestos a defender con enérgica decisión los intereses de la provincia, i al hacerlo, buscamos agrupar a todos los que amen su autonomía i se interesen por su verdadero progreso i su verdadero bienestar; aquel progreso i aquel bienestar que se desenvuelven al impulso de todos los nobles sentimientos del patriotismo" (Oviedo, 2010: 114).

En 1885 la provincia se encontraba bajo la gobernación de Rufino Ortega y la presidencia en manos de Julio Argentino Roca, ambos pertenecientes al Partido Autonomista Nacional (PAN).

Durante la década de 1880 se inicia para la provincia un período de grandes transformaciones, a saber:

... la más significativa es el arribo del ferrocarril (1885), que pone a Mendoza en contacto más próximo con Buenos Aires. La llegada del presidente Roca para este acontecimiento es acompañada por la inauguración del primer tendido de luz eléctrica y la inauguración del servicio de tranvía a caballo. Al mismo tiempo, se realiza una importante exposición interprovincial (Oviedo, 2010: 106).

Sumado a que

Mendoza pasa a convertirse en la primera provincia que tiene una ley orgánica e integral referida al uso, distribución y administración del agua para riego (1884); se crea el Banco de la Provincia, se construye el dique Cipolletti (1889) y la provincia toma su primer empréstito [...]. Hacia fines de la década, en 1889, se produce la revolución local con la que Rufino Ortega pretende desalojar del gobierno a Tiburcio Benegas. A la cabeza de ese movimiento figuran los doctores Adolfo Calle y Rodolfo Zapata, y las acciones logran la renuncia de Benegas. La Legislatura nombra mandatario a Manuel Bermejo, la provincia es intervenida por la Nación y Benegas finalmente es repuesto en el cargo (Oviedo, 2010: 106).

El periódico fundado por Adolfo Calle consigue, a partir de 1903, una salida diaria. “Es un adelanto que podemos hacer, desde que el público lo costea ampliamente. Es el pueblo el que costea y sostiene su prensa independiente. No se puede gastar independencia sino a condición de saberla y también de poderla mantener” (Oviedo, 2010: 148).

Tal como explica Oviedo,

... en octubre de 1908, Adolfo Calle deja la dirección del diario y asume ese cargo León M. Rosensvald. El periódico publica con tal motivo una nota titulada “La línea política de Los Andes” y una afectuosa despedida a Calle: “La vida del doctor Calle –expresa– compendia la vida de Los Andes. Ésta es su obra y el pueblo bien sabe que fue defensor de todas las horas, de todos los momentos aflictivos, de todas las circunstancias dolorosas porque atravesara la provincia en las décadas largas del desgobierno y el despotismo. Le ha dado todo al pueblo” (Oviedo, 2010: 148).

### ¿Y qué pasa ahora?

En 2014, la provincia se encuentra bajo la gobernación de Francisco Pérez y la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, ambos pertenecientes al Frente Para la Victoria.

En la actualidad, entonces, podemos asegurar, parafraseando a Oviedo (2010), que *Los Andes* es el cuarto periódico más antiguo del país (este año cumple 131 años), después de *La Capital*, de Rosario, *La Prensa* y *La Nación*. Actualmente su gerente general es Miguel Bauzá y el director periodístico, Arturo Guardiola.

Fue el primer periódico del país en publicarse en Internet como diario digital, en septiembre de 1995, esto lo convierte en un pionero en el área, aunque vale aclarar la precariedad del tal sitio. Es por eso que, ateniéndose a los nuevos parámetros el 27 de febrero de 2008, *Losandes.com.ar* lanzó nuevo formato.

Valen algunos datos:

... cerca de 370.000 lectores acceden al matutino papel gracias a una red de 800 puntos de venta distribuidos en todo el territorio provincial. El área de influencia directa del más antiguo diario mendocino se extiende también a San Luis, San Juan, Córdoba, Buenos Aires y la República de Chile, sitios en donde se distribuye un importante número de ejemplares de la edición en papel (*Los Andes*).

*Los Andes* ya no es un periódico perteneciente a una sola familia, se convirtió en una empresa multimedia manejada en parte por el grupo Clarín y los herederos de la familia Calle, entre otros. Esto es producto de las nuevas formas de capitalismo financiero.

### **Análisis descriptivo e interpretativo de los datos**

Una vez relevada la teoría sobre la que está basada nuestra investigación, analizamos los datos recolectados de nuestro corpus. En una primera instancia elaboramos categorías desprendidas del visionado de los periódicos para luego zambullirnos directamente en un análisis interpretativo de dichos datos.

### **Análisis descriptivo**

Como nuestro trabajo consiste en la visualización de la intencionalidad editorial, mediante la narrativa periodística y los diferentes encuadres (*frames*) utilizados por el diario *Los Andes* (sus comienzos y actualidad), intentamos construir categorías que den cuenta del tema en cuestión. Así, las categorías elaboradas son las siguientes:

- El conservadurismo en el medio: de esta manera, intentamos categorizar la posición del medio en cuanto a la conservación de valores políticos, sociales y morales tradicionales, sobre la base de huellas textuales que resignifiquen una postura frente a esos diferentes planos, tanto en el año 1885 como en el 2014.
- Explicitación de la línea editorial en cuanto a lo político: con esta categoría queremos analizar la explicitación (o no) de la línea editorial y la posición política del medio en los dos años estudiados (1885 y 2014), particularmente en cuanto al apoyo (o no) al gobierno provincial o al gobierno nacional de turno, entre otras.
- Explicitación de la línea editorial en cuanto a lo económico: con esta categoría queremos dar cuenta de la explicitación (o no) de la línea editorial y el modelo económico al que suscribe el medio tanto en 1885 como en 2014.
- Explicitación de la línea editorial en cuanto a lo social: con esta categoría pretendemos analizar la explicitación (o no) de la línea editorial y el encuadre con el que se definen los valores de la sociedad, la idea de clases, movimientos, manifestaciones sociales, entre otras, tanto en 1885 como en 2014.
- Uso de fuentes de información: la intención de esta categoría es la de comparar, tanto en 1885 como en 2014, el tratamiento correcto (o no) de las fuentes de información por parte del medio. En este caso, utilizamos las herramientas del MIE.
- Espacio para la reflexión: con esta categoría intentamos estudiar, desde la narrativa periodística, si el medio instala (o no) interrogantes en el lector o si agita (o no) la conciencia social o bien, si la función de los editoriales del diario es la de imponer su opinión sobre determinado tema tanto en 1885 como en 2014.

### **Análisis interpretativo**

Para el análisis interpretativo estudiamos por categorías los editoriales de dos épocas diferentes del diario *Los Andes*. Una de estas es la del mes de marzo de 1885, período que cuenta con ocho editoriales, antes llamadas "Redacción Anónima". El periódico en aquella época, como ya explicitamos en el marco teórico, salía tres veces por semana (martes, jueves y sábados), por lo que fueron doce artículos ese mes, de los cuales cuatro no fueron encontrados.

En la actualidad, en cambio, los editoriales se publican con ese nombre todos los días. Por esta razón, contamos con treinta y un artículos.

### **Conclusiones**

Luego de analizar detenidamente el corpus seleccionado dentro de un marco teórico específico, concluimos que en el diario *Los Andes*, tanto en 1885 como en 2014, se reconoce su línea e intencionalidad editorial, sobre todo en el aspecto político, donde suelen ser más obvias las declaraciones.

Hay concepciones muy arraigadas a lo largo de sus 130 años, en especial en lo que respecta a los valores que definen la identidad provincial, marcado por el ímpetu puesto en la defensa de la vid y la cosecha como verdadera riqueza de Mendoza y en su fiesta máxima: la Vendimia. Esto nos lleva a pensar la connotación conservadora del medio que se mantiene casi inalterada con el correr de los años.

En 1885 notamos que el medio no se medía absolutamente en sus palabras. Creemos que al haber tan pocos medios de comunicación, había una falta de manuales de estilos o algún tipo de pauta a la hora de escribir. Los redactores eran totalmente libres de decir cosas que hoy en día serían un disparate imposible de imprimir. Esto se evidencia, por ejemplo, en la firme oposición al gobierno de Rufino Ortega y la propagación hasta de insultos contra él, como así también en la cantidad desmedida de adjetivos favorables al gobierno del presidente Roca, entre otros. El periódico expresaba tal cual lo que pensaba en materia económica, social y política, con hincapié en esta última.

Observamos que tampoco existía un buen uso de las fuentes, lo cual, a nuestro criterio, resta credibilidad. De todas maneras dejamos entreabierto la posibilidad de que, al existir un vacío teórico en materia de comunicación, más que una cuestión propia del diario sea una realidad generalizada, ya que en aquella época ningún medio realizaba un correcto tratamiento de estas.

En cuanto a los editoriales analizados en 2014, observamos que se modifica mínimamente este comportamiento. En la actualidad, *Los Andes* es un poco más cuidadoso con sus palabras, pero es totalmente explícita su línea editorial en cuanto a su oposición al gobierno provincial y nacional. Tanto en lo político ya mencionado como en lo económico, social y cultural basta leer con un poco de atención para ver los claros posicionamientos. Al ser de público conocimiento que es un medio perteneciente al Grupo Clarín, podemos dilucidar cuáles son los intereses de esa línea editorial.

En lo que respecta a las narrativas periodísticas, vemos algunas transformaciones pero son mínimas, y los errores que se cometen son los mismos, solo que con diferentes magnitudes. El uso de fuentes en la actualidad sigue siendo impreciso en varios casos y eso es sumamente criticable. Tampoco vemos, dentro de las categorías elegidas sobre este tema, que el diario actúe como un agitador de conciencias o que genere interrogantes en el lector. Más bien, el diario prácticamente baja línea hacia sus lectores y deja mensajes claros sobre lo que deben pensar respecto a un tema u otro. Esto se evidencia en el uso de preguntas retóricas, titulares tendenciosos y codas axiológicas de manera eufórica o disfórica según el posicionamiento.

Finalmente, como apreciación personal, queremos remarcar nuestra sorpresa luego del análisis realizado. Sorpresa en un sentido negativo, ya que no conocíamos a ciencia cierta varias de las falencias cometidas por un diario de la trascendencia de *Los Andes*. Esto se refleja principalmente en el tratamiento de las fuentes, como ya expresamos.

Si bien notamos una evolución en lo que a periodismo se refiere con respecto a 1885, creemos que para ser un diario tan prestigioso, con tantos años de antigüedad, que se jacta siempre de su recorrido, sería interesante ver algún tipo de transformación ideológica o teórica y no solo estilística o meramente tecnológica.

Por último, consideramos que luego del análisis descriptivo e interpretativo, si bien podemos responder a los interrogantes propuestos al inicio de esta investigación, terminamos este estudio con más preguntas que certezas en lo que respecta a las transformaciones dentro del periodismo en general.

## **Bibliografía**

- Amadeo, B. (2008), "Framing: modelo para armar", en M. T. Baquerín de Ricciteli (comp.), *Los medios ¿Aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta*, Buenos Aires, EDUCA.
- Diario Los Andes, Editoriales de marzo de 1885 y marzo de 2014. Edición impresa.
- Ego Ducrot, V. (comp.) (2010), *Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas. Una introducción al modelo teórico y metodológico Intencionalidad Editorial*, Buenos Aires, Centro Cultural de la Cooperación.
- Espeche, E. (2010), *La prensa y sus demonios. Configuraciones hegemónicas en la postdictadura argentina*, Tesis de Doctorado en Comunicación, La Plata, FPyCS.
- Espeche, E. (2013), *Apuntes para la construcción y puesta en marcha de líneas editoriales* [en línea]. Disponible en: <[www.fcp.uncu.edu.ar/.../seminario-taller-de-periodismo-y-planificacion](http://www.fcp.uncu.edu.ar/.../seminario-taller-de-periodismo-y-planificacion)>.

- Kellner, D. (1995), "Introducción", "Una cuestión de terminología", "Una cuestión de política e Ideología y cultura mediática", en *Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*, Madrid, Akal.
- Oviedo, J. E. (2010), *El periodismo en Mendoza*, Buenos Aires, Academia Nacional de Periodismo.
- Rincón, O. (2006), "La narración mediática", en *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del espectáculo*, Barcelona, Gedisa.
- Sádaba Garraza, M. T. (2001), "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (*framing*) en comunicación", *Sociedad* Vol. 14 N.º 2, España, Universidad de Navarra.
- Solís, B. (2009), Descripción de la cultura mediática [en línea]. Disponible en: <<http://culturamed101.blogspot.com.ar/2009/02/descripcion-de-la-cultura-mediatica.html>>.