

Revista Mexicana de Opinión Pública

ISSN: 1870-7300

rmop@politicas.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de
México
México

Zunino, Esteban

El conflicto político en los medios gráficos de la Argentina: un estudio de caso
Revista Mexicana de Opinión Pública, núm. 19, julio-diciembre, 2015, pp. 81-104
Universidad Nacional Autónoma de México
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487456178006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El conflicto político en los medios gráficos de la Argentina: un estudio de caso

The Political Conflict in the Graphic Media in Argentina: A Case Study

Esteban Zunino¹

Recibido el 8 de septiembre de 2014.

Aceptado el 21 de marzo de 2015.

Resumen

La resolución N°125/08 constituyó una iniciativa del Estado argentino para regular parte de la renta diferencial del sector más importante del agro nacional. La decisión del gobierno de la presidente Cristina Fernández de Kirchner desató una reacción inusitada de las principales corporaciones agrarias del país que enfrentaron al gobierno durante 128 días. El presente estudio pretende analizar, a partir de un análisis de contenido cuantitativo, cuál fue la relevancia del caso² (*issue*) en las coberturas de los diarios *Clarín* y *Página/12*. Por tratarse de dos periódicos con líneas editoriales diferentes, el análisis comparativo adquiere mayor riqueza. En términos específicos, se pretende establecer: 1) cuál fue la frecuencia y jerarquía de cobertura del caso; 2) cuál la valoración de la noticia y cómo afectó ésta a la relevancia, y 3) si existieron o no diferencias en el tratamiento mediático de los diarios. El trabajo empírico analítico se inscribe en la perspectiva teórica de la *agenda setting*.

Palabras clave

Conflicto, *agenda setting*, análisis de contenido, diarios, relevancia, tono valorativo.

Abstract

Resolution N° 125/08 was an initiative of the Argentine State to regulate the profits of the most important national agriculture sector. The Cristina Fernandez de Kirchner government's decision caused an unusual reaction of the main agricultural actors that generated a conflict along 128 days. The incident reverberated widely in the local media. From a quantitative content analysis this study aims to analyze the relevance of the case in the coverage of *Clarín* and *Página/12* daily. Specifically it aims to establish: 1) the frequency and hierarchy; 2) the news valence in both media and its influence on the relevance; and 3) the media treatment's differences and similarities. The analytical work falls within the theoretical perspective of Agenda Setting.

Keywords

Conflict, agenda setting, content analysis, newspapers, salience, valence.

1 Esteban Zunino es maestro (magíster) en ciencias sociales y humanas con especialidad en sociología por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Argentina, institución donde también se desempeña como investigador dentro del programa "Industrias Culturales y Espacio Público en la Argentina". Es vicepresidente de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social de Argentina. estebanzunino@hotmail.com

2 A lo largo de este artículo, se empleará los términos "asunto", "tema", "caso" para hablar de lo que la teoría llama, en inglés, *issue*.

1. Introducción

El objeto de estudio del presente trabajo es la cobertura mediática que los periódicos argentinos *Clarín* y *Página/12* realizaron sobre el conflicto desatado entre el gobierno argentino y las corporaciones más representativas del sector agropecuario, luego del anuncio de la Resolución n° 125/08. A partir de un análisis de contenido, se pretende analizar comparativamente el comportamiento de las variables mediante las cuales los medios gráficos otorgan relevancia a los diferentes temas de su agenda.

La Resolución n° 125/08, anunciada el 11 de marzo de 2008 por el Poder Ejecutivo argentino, aumentaba los gravámenes que debían abonar al Estado las ventas de soya y girasol, principal negocio del sector agropecuario. Paralelamente, se procuraba aplicar un diseño móvil que ligara la evolución de estos impuestos a la cotización de los granos en el mercado internacional.

La iniciativa gubernamental generó la reacción inmediata de las cuatro entidades más representativas del agro nacional, que, al ver afectada su rentabilidad, confluyeron en un espacio autodenominado Mesa de Enlace. Desde allí impulsaron medidas de protesta, como cortes de ruta y el cese en la comercialización de granos y hacienda.

El gobierno modificó la Resolución n° 125/08 después de arduas negociaciones con estas entidades, pero no pudo llegar a acuerdos sustanciales. Tal fue la presión ejercida por la Mesa de Enlace, que la norma fue girada al Congreso Nacional para su tratamiento. Tras su aprobación en una votación reñida en la Cámara de Diputados, fue derogada por el Senado de la Nación el 17 de julio de 2008.

Este estudio, cuyo objetivo es analizar comparativamente las coberturas de los diarios *Clarín* y *Página/12*, halló un comportamiento similar en la importancia otorgada al tema en dos periódicos con líneas editoriales contrapuestas.

2. Marco teórico: la teoría de la *agenda setting*

La teoría de la *agenda setting* se desarrolló a partir de finales de los años 60 en el campo de la *Mass Communication Research*, principalmente en Estados Unidos y en algunos países de Europa. Esta corriente parte de dos postulados centrales que marcaron un cambio de paradigma con respecto de los estudios de la época. Por un lado, la existencia de un efecto causal de carácter cognitivo de mediano y largo plazo, por parte de los *mass media* sobre las audiencias; por otro, una opinión pública permeable a los efectos de los mensajes de los medios.³ Asimismo, se destaca que el efecto mediático no es uniforme y todopoderoso, ya que no tiene lugar en un vacío social,⁴ lo que enriquece el análisis para identificar las variables que intervienen en este complejo proceso.

3 Orlando D'Adamo, Virginia García Beaudoux y Flavia Freidenberg, *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen, ¿vale más que mil palabras?*, Universidad de Belgrano, Buenos Aires, 2000.

4 Maxwell McCombs, *Establecimiento de la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2006.

A partir de lo planteado por diversos autores,⁵ McCombs y Shaw⁶ realizaron una investigación en el marco de las elecciones presidenciales de 1968, en Estados Unidos, a fin de corroborar si existía correlación entre los temas enfatizados por los medios y las cuestiones mencionadas, como las principales preocupaciones por la población de Chappel Hill, Carolina del Norte. La hipótesis inicial de la teoría de *agenda setting* fue que los medios de comunicación poseen la capacidad de establecer qué asuntos (*issues*) serán percibidos como importantes por la opinión pública, mediante la selección y el énfasis de ciertos temas (*issues*) y la omisión de otros.

La importancia de las noticias está determinada tanto por su frecuencia de publicación como por su jerarquía, pues una mayor cantidad de notas sobre un tema y una disposición espacial que los otorgue visibilidad resultan influyentes en la percepción del público.⁷

El avance de la investigación llevó a la exploración de nuevos terrenos y se conformó así el segundo nivel de *agenda setting*. En esta fase, la hipótesis fue que los medios seleccionan ciertos atributos de los actores, los temas y los objetos con los que construyen una representación de la realidad que influye en la percepción del público. Consecuentemente, la opinión pública pondera una perspectiva por encima de otras, encuentra ciertos factores como causantes de un asunto, desestima otros y se inclina hacia una solución de preferencia respecto de una cuestión o problema.⁸

El segundo nivel de la *agenda setting* comprende el análisis de la agenda de atributos en dos dimensiones: 1) la dimensión afectiva, que se refiere al tono valorativo —o valencia—, con el que es realizada la cobertura informativa sobre una persona, tema u objeto; 2) la dimensión sustantiva, que se refiere a los aspectos sobresalientes de personas u objetos mencionados entre el público y/o destacados en el tratamiento mediático.⁹

En este trabajo, que pretende determinar la relevancia del “conflicto del campo”, se toma a la valencia —tono valorativo— como una tercera dimensión de la relevancia. Algunos autores¹⁰ consideraron que la presencia de atributos afectivos negativos o positivos en las noticias resaltan su importancia y, por lo tanto, pueden influir de manera decisiva sobre la percepción del público. Dicha hipótesis fue constatada por Spiro Kiouis,¹¹ quien corroboró que las noticias con mayor presencia de atributos afectivos —sobre todo negativos— resultaban más destacadas por los diarios.

5 Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, Nueva York, 1963; Gladis Lang y Kurt Lang, “The Mass Media and Voting”, en B. Berelson y M. Janowitz (eds.), *Reader in Public Opinion and Communication*, Free Press, Nueva York, 1966, pp. 455–472; Walter Lippmann, *Public Opinion*, Macmillan, Nueva York, 1922.

6 Maxwell McCombs y Donald Shaw, “The Agenda-Setting Function of the Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, núm. 2, The American Association for Public Opinion Research, Washington, 1972, pp. 176–187.

7 Maxwell McCombs, *Establecimiento de la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2006.

8 Esteban López Escobar, Maxwell McCombs y Federico Rey Lennon, “La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda setting”, *Comunicación y Sociedad*, vol. 9, núm. 1 y 2, 1996, pp. 39–65.

9 Alicia Casermeiro de Pereson, *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*, EDUCA, Buenos Aires, 2004.

10 George Bizer y Richard Petty, “How We Conceptualize Our Attitudes Matters: The Effects of Valence Framing on the Resistance of Political Attitudes”, *Political Psychology*, vol. 26, núm. 4, 2005, pp. 553–568.

11 Spiro Kiouis, “Explicating Media Salience: A Factor Analysis of New York Times Issue Coverage During the 2000 u.s. Presidential Election”, *Journal of Communication*, International Communication Association, Nueva Jersey, vol. 54, núm. 1, 2004, pp. 71–87.

Hueco informativo y suma cero

A partir de la selección de ciertos asuntos (*issues*), los medios de comunicación completan su hueco informativo (*news hole*), que se define como “la cantidad total de espacio que se deja en todas las páginas del periódico, una vez que se ha insertado la publicidad”.¹² Dada su espacialidad acotada, los diferentes compiten por obtener un lugar en él.¹³

En el mismo sentido, la agenda pública también es restringida, puesto que el umbral de atención de las personas¹⁴ les permite recordar no más de cuatro o cinco temas.¹⁵ Tal condición genera que ni siquiera de los periódicos en línea (*online*) —en los que el hueco informativo es ilimitado— la opinión pública pueda incorporar más temas que los que su umbral de atención les permite recordar.¹⁶

En función de lo descrito, la competencia temática y, por lo tanto, el proceso de *agenda setting* constituyen un juego de suma cero. En otras palabras, los temas compiten por ocupar un lugar en la agenda en un juego en que necesariamente el ingreso de un nuevo asunto, o el aumento en su frecuencia y jerarquía, es siempre a expensas de la disminución de otros temas en la superficie mediática.¹⁷

En función de los conceptos propuestos, el presente trabajo parte de las siguientes preguntas de investigación:

p1: ¿Cuál fue la frecuencia de notas sobre la Resolución n° 125/08 en las coberturas de los diarios *Clarín* y *Página12*?

p2: ¿Existió alguna relación entre la valencia de las noticias y su relevancia?

p3: ¿Cuál fue la jerarquía del caso en el tratamiento noticioso de *Clarín* y *Página12*?

3. La Resolución n° 125/08

El 11 de marzo de 2008, el ministro de economía Martín Lousteau anunció una serie de medidas económicas entre las que se incluía el aumento y aplicación de retenciones¹⁸ móviles a los principales productos primarios que produce el agro nacional. El nuevo cuadro de gravámenes elevaba los impuestos a la exportación de soya de 35% a 44.1% y de girasol de 32.1% a 39.1%,

12 Maxwell McCombs, *Estableciendo la agenda*, op. cit., p. 65.

13 Richard Budd, “us News in the Press Down Under”, *The Public Opinion Quarterly*, vol. 28, núm.1, Oxford University Press, Carolina del Norte, 1964, pp. 39–56.

14 Jian Zhu, “Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), vol. 69, núm. 4, 1992, pp. 825–836.

15 Hans Brosius y Hans Kepplinger, “Beyond Agenda-Setting: The Influence of Partisanship and Television Reporting on the Electorate’s Voting Intentions”, *Journalism Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), vol. 69, núm. 4, 1992, pp. 893–901.

16 Maxwell McCombs, *Estableciendo la agenda*, op. cit.

17 Jian Zhu, op.cit.

18 El término retenciones se refiere a los derechos de exportación que deben abonar las materias primas producidas en el territorio nacional. Éstas poseen la particularidad de que no gravan la ganancia, sino las rentas obtenidas por el concurso de factores excepcionales ajenos a la *performance* de los productores.

mientras que reducían las alícuotas para el maíz y el trigo en 1%. La nueva modalidad anclaba la carga impositiva a la cotización de los granos en el mercado internacional.

El titular de la cartera de Hacienda realizó estos anuncios días antes del comienzo de la época de cosecha, por lo que productores rurales grandes, medianos y pequeños, agrupados en la Sociedad Rural Argentina (SRA), la Federación Agraria Argentina (FAA), Confederaciones Rurales Argentinas (CRA) y la Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada (CONINAGRO) se agruparon en un organismo centralizado denominado Mesa de Enlace, desde el cual llevaron a cabo medidas de protesta. Entre ellas, restringieron la comercialización de granos y desarrollaron cortes de ruta que dejaron a los centros urbanos al borde del desabastecimiento de productos básicos.

El conflicto acaparó las agendas mediática y pública durante 128 días.¹⁹ Transcurridos más de tres meses de pugna, el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) decidió enviar la norma al Congreso para su discusión. Finalmente, la Resolución n° 125/08 fue derogada por voto del Senado, entradas las primeras horas del día jueves 17 de julio de 2008. El vicepresidente de la Nación y Presidente de la Cámara de Senadores, Julio Cleto Cobos, definió la votación, que hasta ese momento estaba empatada en 36 votos, con la frase "Mi voto no es positivo".²⁰

4. Metodología

El método desplegado consiste en un análisis de contenido cuantitativo sobre el total de las notas periodísticas publicadas por los diarios argentinos *Clarín* y *Página12* sobre el caso entre el 11 de marzo de 2008, día del anuncio de la Resolución n° 125/08, hasta el 17 de julio del mismo año, fecha de la derogación de la norma en el Congreso nacional.

4.1. Población, unidad de análisis y muestra

En total, se recolectaron 2 146 artículos publicados por *Clarín* y 1 797 por *Página12*, y se conformó una población de 3 943 piezas. El hecho de contar con un *corpus* completo permitió establecer dos estrategias de análisis.

Para determinar la frecuencia de cobertura, se contabilizó la totalidad de las notas publicadas sobre el conflicto de 2008 en cada diario y se calculó la porción del hueco informativo que éstas ocuparon. Por lo tanto, en una primera etapa de análisis, se trabajó con el universo completo, práctica que reduce los márgenes de error inherentes a las técnicas de muestreo.

En segundo lugar, dada la extensión del *corpus* (3 943 artículos), y con el fin de medir los indicadores de relevancia, resultó imprescindible realizar una muestra aleatoria simple sobre el

19 Adriana Amado y Nicolás Rotelli, "La investigación de medios en situaciones de conflicto: supuestos y aportes", trabajo presentado en el 10° Congreso Nacional de Ciencia Política 'Democracia, integración y crisis en el nuevo orden global: tensiones y desafíos para el análisis político', de la Sociedad Argentina de Análisis Político, realizado en Córdoba, Argentina, en 2011; Martín Becerra y Soledad López, "La contienda mediática. Temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el gobierno y las entidades del campo argentino en 2008", *Revista de Ciencias Sociales*, segunda época, núm. 16, Universidad de Quilmes, Buenos Aires, Argentina, 2009, pp. 16–30; Juan Pablo Cremonte, "Cada cual atiende su juego. La construcción del conflicto entre el Gobierno Nacional y las entidades agropecuarias en *Clarín*, *La Nación* y *Página12*", en Ricardo Aronskind y Gabriel Vommaro (comp.), *Campos de batalla. Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*, Prometeo-Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires, 2010, pp. 227–266.

20 Alfredo Gutierrez, "Crisis política: con el voto negativo de Cobos, el Senado rechazó las retenciones", *Clarín*, 17 de julio de 2008. Consultado el 25 de agosto de 2008 en <http://edant.clarin.com/diario/2008/07/17/um/m-01717007.htm>.

total de la población. Para determinar su tamaño, se prefijó un margen de error de 5%, aceptable para este tipo de trabajos.²¹ Finalmente, se sometieron a análisis 352 casos.

4.2. Unidades de contexto: *Clarín* y *Página/12*

Clarín es el principal diario argentino, con un volumen de tirada que alcanza un promedio de 238 998 ejemplares de lunes a sábado y que llega a su pico los días domingo, con una media de circulación de 543 710 ejemplares.²² El diario acapara aproximadamente 40% de la pauta publicitaria de la industria.²³ Su alta penetración responde en buena medida a que se trata de un producto *multitarget*²⁴. El Grupo Clarín, además de ser el principal multimedio del país, situación que lo coloca en una posición privilegiada para establecer la agenda mediática,²⁵ es dueño de la muestra Expoagro (junto con *La Nación*), lo que lo transforma en parte del agronegocio.²⁶

La elección de *Página/12* se sustenta en otros motivos. Pensado originalmente como un diario de contra-información,²⁷ el matutino fue transformando su apariencia con el correr de los años. Dirigido a un público de clase media-alta con altos niveles educativos, el matutino mantiene cierta capacidad de fijación de agenda producto de su impacto en líderes de opinión. Sin embargo, la decisión fundamental que justifica la elección de *Página/12* radica en que, desde 2003, se vio cada vez más alineado en defensa de las políticas del Gobierno de Néstor Kirchner (2003-2008), primero, y del de Cristina Fernández, luego. Tal situación indicaba *a priori* que se estaba ante la posibilidad de realizar un análisis comparativo entre dos diarios con líneas editoriales diferentes y hasta contrapuestas.

4.3. Codificación

La codificación de este estudio fue desarrollada por cuatro codificadores profesionales de las ciencias de la comunicación.

21 Natalia Aruguete, *Los medios y la privatización de ENTEL. El tratamiento noticioso del servicio telefónico argentino en el contexto de su privatización*, Lap Lambert, Berlín, 2011.

22 "Promedio de circulación neta de lunes a domingo entre enero y marzo de 2014", Instituto Verificador de Circulaciones (ivc). Consultado el 20 de abril de 2014 en http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=78.

23 Martín Becerra y Guillermo Mastrini, *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires, 2009.

24 *Clarín* es un diario *multitarget* debido a que está dirigido a un público amplio que atraviesa géneros, niveles etarios y socioculturales.

25 Martín Becerra, "Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina", en Gustavo Lugones y Jorge Flores (comps.), *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario*, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2010, pp. 139-165.

26 Norma Giarracca, "El conflicto agrario de 2008: los debates necesarios", en Norma Giarracca y Miguel Teubal (coords.), *Del paro agrario a las elecciones de 2009. Tramas reflexiones y debates*, Antropofagia, Buenos Aires, 2010, pp. 313-341.

27 Daniela Blanco y Carlos Germano, *20 años de medios y democracia en Argentina*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.

Libro de códigos

Frecuencia de cobertura

En primer lugar, se procuró medir la porción del hueco informativo que *Clarín* y *Página/12* dedicaron al caso. Para ello, se numeró correlativamente cada uno de los 254 ejemplares analizados. Posteriormente, se identificó el 'diario' al que pertenece cada ejemplar (1= *Clarín*; 2= *Página/12*), se computó la 'fecha' de su publicación y se codificó el 'día de la semana' en que fue publicado (1= lunes, 2= martes, 3= miércoles, 4= jueves, 5= viernes, 6= sábado y 7= domingo).

Posteriormente, se contabilizaron todas las noticias de cada edición, independientemente del tema que trataran, con el fin de determinar la dimensión de hueco informativo, descartando los suplementos especiales y las secciones de deportes, clasificados, obituarios, chistes y juegos.²⁸ Luego, se separaron las piezas periodísticas que se refirieron al caso bajo estudio y se transcribió el número total.

Importancia de las noticias

Se codificaron las siguientes variables a partir de la construcción previa de un sistema categorial exhaustivo y recíprocamente excluyente:

'Aparición en portada': se computa si la noticia: 1= título central y modifica estructura de tapa (portada o primera plana); 2= título central y no modifica estructura; 3= título secundario; 4= destacado; 5= recuadro de tapa (portada o primera plana); 6= otro.²⁹ 'Acompañamiento de elementos gráficos': se determina si la pieza 0= sin imagen; 1= fotografías, 2= infografías, 3= documentos, 4= dibujos / caricaturas, 5= más de uno de los anteriores combinados, 6= otros.³⁰ 'Tamaño del artículo': se codifican las piezas según los siguientes valores: 1= menos de 1/4 de página, 2= entre 1/4 y 2/4 de página (pero sin llegar a media página), 3= entre media página y 3/4 de página, 4= más de 3/4 de página, pero no completa, 5= página completa, 6= más de una página.³¹ 'Tamaño del titular': se analiza el tamaño de los títulos de las notas según los siguientes valores: 1= menos de 1/4 del ancho de página, 2= entre 1/4 y la mitad del ancho de página, 3= más de la mitad y hasta 3/4 del ancho de página, 4= totalidad del ancho de página, 5= otros.³² 'Bajada o entradilla': se estipula si la noticia 1= tiene entradilla o 2= no tiene entradilla. 'Tipo de página': se establece si el artículo aparece en 1= página par, 2= página impar. 'Ubicación': se codifica si la pieza está emplazada en 1= mitad superior de la página, 2= mitad inferior de la página. 'Firma': Se codifica según los valores que siguen: 1= con firma, 2= sin firma. 'Sección': se establece si la nota: 1= abre sección o 2= no abre sección. 'Valencia': se establece si la nota tiene: 1= Valencia Positiva: se considera que en un artículo predomina la valencia positiva

28 Richard Budd, "us News in the Press Down Under", *The Public Opinion Quarterly*, vol. 28, núm.1, Oxford University Press, Carolina del Norte 1964, pp. 39–56.

29 Esta variable luego se recodificó y convirtió en dicotómica según los siguientes valores: 1= aparece en tapa (portada o primera plana) y 2= no aparece en tapa (portada o primera plana).

30 Esta variable fue luego transformada en dicotómica según los siguientes valores: 1= sin imagen; 2= con imagen.

31 Esta variable luego fue recodificada. Se consideró "notas grandes" a las mayores a media página y "notas pequeñas" a las menores a media página.

32 Esta variable luego fue recodificada. Se consideró "titular grande" a los mayores a la mitad del ancho de página y "titulares pequeños" a los menores a la mitad del ancho de página.

cuando la carga emocional de la nota realza beneficios para la población o el bien común,³³ o se relaciona positivamente con valores universales como la libertad, la igualdad y el humanitarismo.³⁴ 2= Valencia negativa: un artículo tendrá valencia negativa cuando en éste predomine la idea de un perjuicio al bien común asociado a las acciones, medidas o hechos que se relatan,³⁵ o la idea central se refiera a controversias, disputas, peleas, violencia y otros valores asociados a la desazón, la tristeza, la desesperanza, la amenaza,³⁶ o se realce la idea de conflicto como algo negativo para la sociedad.³⁷ 3= Valencia indefinida: se computa esta categoría cuando los indicadores de la unidad de análisis no permitan identificar una valencia predominante. También se codifica este valor cuando "se destacan contenidos ambivalentes, en los que se equilibran los aspectos o características positivas y negativas".³⁸

4.4. Fiabilidad

Una vez codificadas las notas, se realizaron pruebas de fiabilidad del proceso. Para ello, se construyó una submuestra aleatoria de 10% de la muestra total. Así, se recodificaron 36 artículos, teniendo en cuenta que cada codificador no trabajara sobre un caso que se haya codificado anteriormente.

El nivel de acuerdo medio para este trabajo se determinó mediante el Coeficiente de Kappa y fue de $\kappa = .924$. El estudio muestra un alto nivel de fiabilidad inter-jueces.

5. Análisis de los diarios

Relevancia informativa de la Resolución nº 125/08

La relevancia que adquiere un caso en una cobertura informativa está condicionada por dos factores centrales. En primer lugar, su frecuencia. En efecto, "la gente reacciona ante las noticias pensando que los acontecimientos que más cobertura reciben son los más importantes."³⁹ El segundo mecanismo con que los medios cuentan para darle importancia a un tema es la jerarquía o prominencia, es decir "la visibilidad de la información a partir de su ubicación, su tamaño o su disposición".⁴⁰

33 Natalia Aruguete, *op. cit.*

34 Thomas Nelson, Sophie Lecheler, Andreas Schuck y Claes de Vreese, "Framing Effects on Values, Emotions, and Attitudes", trabajo presentado en el *2012 Meeting of the Western Political Science Association*, Western Political Science Association, Portland, 2012.

35 Natalia Aruguete, *Los medios y la privatización de ENTEL*, Editorial Académica Española Lap Lambert, Berlin, 2011., 392 pp.

36 Thomas Nelson, Sophie Lecheler, Andreas Schuck y Claes de Vreese,

37 Thomas Auh, "Issue Conflict and Mass Media Agenda-Setting during Bayh-Lugar Senatorial Campaign of 1974", trabajo presentado en el *Annual Meeting of the Association for Education in Journalism*, ERIC, Wisconsin, 1977, pp. 1-39.

38 Alicia Casermeiro de Pereson, *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*, EDUCA, Buenos Aires, 2004.

39 Juan José Igartua y María Luisa Humanes, *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, Bosch, Barcelona, 2004.

40 Adriana Amado y Nicolás Rotelli, *op. cit.*

A los dos factores clásicos de relevancia, Kiousis⁴¹ agrega la valencia —tono valorativo— como otro factor central de importancia de un asunto. El autor comprueba que las noticias con atributos afectivos salientes, especialmente negativos, al otorgarles dramatismo a los temas, los colocan al tope de la agenda informativa.

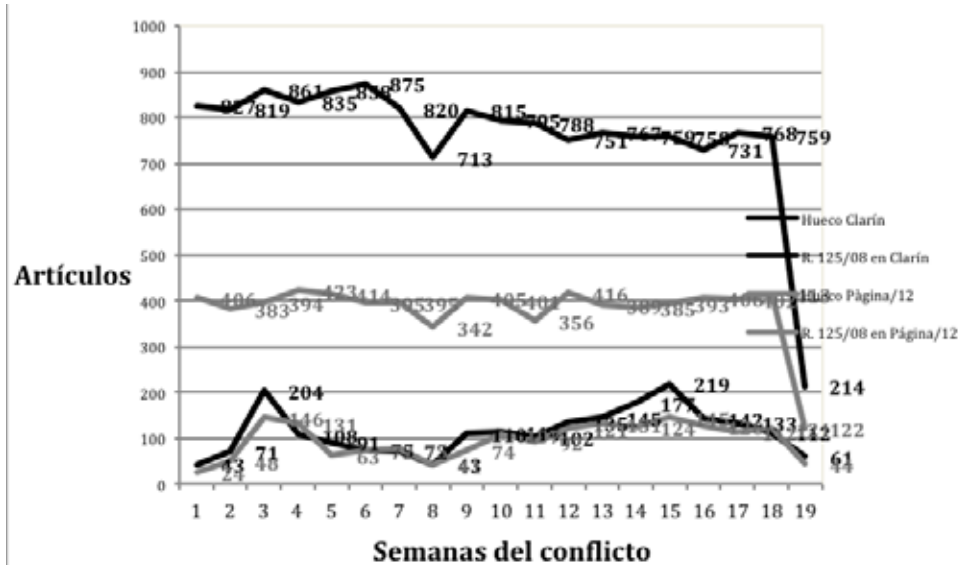
En este apartado, se analizan las tres dimensiones de la relevancia informativa que adquirió el “conflicto campo-gobierno” en las coberturas de *Clarín* y *Página/12*.

5.1. Frecuencia de cobertura y hueco informativo

Durante los 128 días que duró la contienda entre “campo” y “gobierno”, el diario *Clarín* publicó 2 146 artículos referidos al caso, mientras que *Página/12* incluyó en su agenda informativa 1 797 piezas periodísticas dedicadas al conflicto. Para los fines de este trabajo, resulta importante analizar cómo se distribuyeron a lo largo del período observado.

La gráfica número 1 permite estudiar dos cuestiones centrales. En primer lugar, se observa que la frecuencia de cobertura del caso fue alta en ambos matutinos.⁴² El promedio de cobertura en *Clarín* fue de 16.98 notas diarias, mientras que en *Página/12* se ubicó en 14.14 piezas periodísticas cada jornada.

Gráfica 1: Frecuencia de cobertura y hueco informativo. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008.



41 Spiro Kiousis, *op. cit.*

42 Las curvas inferiores representan la frecuencia de cobertura en ambos diarios, mientras que las superiores dan cuenta de su hueco informativo.

En términos de frecuencia, existió un comportamiento similar en los dos matutinos. Si bien *Clarín* publicó mayor cantidad de notas referidas al conflicto que *Página/12*, existe homogeneidad⁴³ en las curvas de cada uno de ellos. Tanto los picos de mayor como los de menor cobertura se dieron en las mismas semanas y fueron producto de idénticos hechos.

El primer gran pico de cobertura informativa tuvo lugar —en ambos diarios— en la tercera semana del conflicto (26/03/2008 al 01/04/2008). Éste fue producto de un hecho de gran impacto mediático: el 26 de marzo de 2008 los dos matutinos dieron cuenta en sus páginas de lo que fue el primer “cacerolazo” en apoyo a las entidades agrarias en los principales centros urbanos del país.

El hecho fue seguido por manifestaciones de sectores afines a las políticas del gobierno nacional. Las demostraciones en el espacio público incluyeron enfrentamientos en Plaza de Mayo entre manifestantes de uno y otro sector. “Cacerolazo tras el duro discurso de Cristina”,⁴⁴ tituló *Clarín* ese día, mientras que *Página/12*, bajo el título “Campo minado”,⁴⁵ advertía acerca de una “fuerte escalada en el conflicto con los empresarios del campo”. Luego de dicho suceso, los promedios de frecuencia de cobertura subieron en ambos diarios y se ubicaron en alrededor de 30 noticias diarias en cada uno.

Otro pico máximo de cobertura mediática se registró en las semanas 12 y 13 (28/05/2008 al 10/06/2008). El aumento de la frecuencia se asoció al recrudecimiento de las medidas de fuerza de la Mesa de Enlace, luego de que el gobierno suspendiera las negociaciones tras un acto desarrollado por las entidades rurales el 25 de mayo en la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe, que reunió a más de 100 000 personas. “El campo protestó fuerte y hoy vuelve a negociar”⁴⁶ fue el título de la portada (tapa) de *Clarín* el día después de las manifestaciones, mientras que *Página/12* narró lo sucedido titulado “25 dividido dos”,⁴⁷ en referencia al desarrollo simultáneo de dos actos: uno “pro-campo”, en Rosario, y otro “pro-gobierno”, en Salta. Luego de estos eventos, la interrupción de las negociaciones recrudeció el conflicto y ello fue el detonante de un nuevo aumento de la frecuencia de cobertura.

Ahora bien, el pico máximo de cobertura del caso se dio en la semana 15 (18/06/2008 al 24/06/2008). Dos hechos centrales contribuyeron para que ello sucediera. Después de que la detención de Alfredo De Angelli,⁴⁸ en un corte de ruta, provocara nuevos cacerolazos en las principales ciudades del país, el gobierno decidió cambiar su estrategia y enviar la Resolución N° 125/08 al Congreso nacional para su tratamiento.

El día en que se conoció esta decisión (17 de junio de 2008) se dio el máximo pico de frecuencia de cobertura del caso en los dos diarios que aquí se analizan. En cambio, *Clarín* advirtió

43 El concepto de homogeneidad se refiere a un comportamiento similar en las curvas de frecuencia de cobertura de ambos diarios.

44 s/A, “Cacerolazo tras el duro discurso de Cristina”, *Clarín*, 26 de marzo de 2008. Consultado el 20 de agosto en http://edant.clarin.com/diario/2008/03/26/index_ei.html

45 s/A, “Campo minado”, *Página/12*, 26 de marzo de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014 en <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index-2008-03-26.html>.

46 s/A, “El campo protestó fuerte y hoy vuelve a negociar”, *Clarín*, 26 de mayo de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014, en http://edant.clarin.com/diario/2008/05/26/index_ei.html.

47 s/A, “25 dividido 2”, *Página/12*, 26 de mayo de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014, en <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index-2008-05-25.html>.

48 Alfredo De Angelli es uno de los principales dirigentes de la FAA y fue un actor central del conflicto del 2008.

desde su portada: "Retenciones: buscan el aval del Congreso"⁴⁹ y publicó en la edición de ese día 50 artículos periodísticos referidos al caso; *Página/12* puso en primera plana "Por ley"⁵⁰ e incluyó en su edición 31 piezas sobre el asunto. Sin embargo, una vez que la discusión se encuadró en el ámbito del Congreso nacional, la frecuencia tendió a disminuir en ambos diarios hasta el final del período.

Ahora bien, resulta interesante analizar en la gráfica n° 1 lo que sucedió cuando la cantidad de notas sobre la Resolución n° 125/08 no fue tan alta. Un dato es revelador: así como los niveles máximos de frecuencia de cobertura coincidieron, el nivel mínimo también tuvo lugar en los mismos días en los dos diarios. En efecto, en la semana 8 (30/04/2008 al 06/05/2008), y en el marco de una "tregua" por 30 días en los que campo y gobierno mantuvieron diferentes instancias de negociación, la conflictividad en las calles disminuyó y también lo hizo la frecuencia de cobertura. Tal situación permite aseverar que los aumentos en la cantidad de notas publicadas sobre el "conflicto del campo" estuvieron directamente relacionados con hechos controversiales y manifestaciones. Contrariamente, cuando la discusión se dio en ámbitos institucionales, la atención de los medios disminuyó sensiblemente.

En respuesta al primer interrogante de este estudio, puede observarse una importante homogeneidad en la frecuencia de cobertura de los diarios. Tanto *Clarín* como *Página/12* publicaron una significativa cantidad de notas referidas a la Resolución n° 125/08 durante el período observado. Asimismo, este comportamiento similar no se redujo sólo a la cantidad de notas publicadas, sino que los picos máximos y mínimos coincidieron en ambos periódicos.

Análisis del hueco informativo

Según pudo corroborarse, la frecuencia de cobertura sobre el "conflicto del campo" alcanzó un nivel mayor en *Clarín* que en *Página/12*. No obstante, el análisis de esta variable, de manera descontextualizada, no permite concluir *a priori* que el diario que mayor frecuencia de cobertura le otorga a un caso es el que más importancia total le da.

En este contexto, cobra relevancia el concepto de hueco informativo (*news hole*), es decir, el espacio disponible para los contenidos periodísticos de cada diario.

Durante los 128 días que duró la contienda, el diario *Clarín* publicó un total de 14 513 artículos periodísticos, de los cuales 2 146 refirieron al "conflicto campo-gobierno". En otras palabras, la cobertura del caso que aquí se analiza ocupó 14.6% del hueco informativo total del diario.

Página/12 incluyó en su agenda 7 240 piezas periodísticas durante el período, de las cuales 1 797 tuvieron como tema central a la Resolución n° 125/08, cifra que representa un 24.82% del hueco total. Estos datos muestran que, si bien la frecuencia de cobertura del caso fue mayor en *Clarín*, en términos absolutos, *Página/12* le dio más importancia al tema, puesto que éste ocupó un porcentaje mayor de su hueco informativo.

49 S/A, "Retenciones: buscan el aval del Congreso", *Clarín*, 18 de junio de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014 en http://edant.clarin.com/diario/2008/06/18/index_ei.html.

50 S/A, "Por ley", *Página/12*, 18 de junio de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014 en <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index-2008-06-18.html>.

Un análisis detallado de la gráfica número 1 permite corroborar la hipótesis de que la agenda mediática implica un “juego de suma cero”.⁵¹ Mientras que las curvas superiores representan el hueco informativo de cada diario, las inferiores grafican la frecuencia de cobertura del conflicto.

En el caso que se analiza, esa competencia puede inferirse a partir de la siguiente constatación empírica: en tanto los huecos informativos de los dos diarios mostraron valores constantes,⁵² la cobertura mediática del conflicto tuvo picos importantes. Es decir, un aumento en la frecuencia de cobertura del caso no implicó en ningún caso un aumento de la superficie informativa de los periódicos. En otros términos, cuando la cantidad de espacio ocupada por notas referidas al asunto creció, el total del espacio disponible en los diarios permaneció relativamente constante.

A partir de esta constatación, es posible inferir que una mayor cantidad de piezas periodísticas sobre la Resolución n° 125/08 implicó siempre la desaparición de otros temas de la agenda mediática, lo que corrobora la hipótesis de suma cero de la teoría de la *agenda-setting*.

5.2. Valencia como factor de relevancia

Tal como se introdujo en el marco teórico, Spiro Kiousis⁵³ sostiene que la relevancia informativa de un tema está determinada por tres componentes básicos: la atención, la prominencia y la valencia.

La tabla 1 permite observar el comportamiento de la valencia en la cobertura mediática de la Resolución n° 125/08.

Tabla 1: Valencia. Cobertura mediática de la Resolución n° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Valencia	Positiva	7.3%	14.3%	10.5%
	Negativa	53.9%	48.4%	51.4%
	Indefinida	38.7%	37.3%	38.1%

Los resultados demuestran un comportamiento homogéneo de esta variable en *Clarín* y *Página/12*. Las notas con valencia negativa predominaron en la cobertura general (51.4%) y en cada uno de los diarios (53.9% en *Clarín* y 48.4% en *Página/12*). En tanto, la valencia positiva fue marginal en la cobertura general (10.5%). Comparativamente, es posible observar que *Pági-*

51 Jian Zhu, “Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting”, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 69, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), 1992, pp. 825–836.

52 Cabe aclarar que se observan dos variaciones importantes en los huecos informativos de los dos matutinos. La primera se dio en la semana 8 (30/04/2008 al 06/05/2008). La explicación de la declinación de la cantidad total de notas publicadas radica en que el 1 de mayo es feriado nacional en la Argentina y no se publican diarios, por lo que esa semana está compuesta por seis ediciones y no siete. La semana 19 incluye sólo dos días (16 y 17 de julio de 2008). Eso explica la caída en la curva del hueco informativo.

53 Spiro Kiousis, *op. cit.*

na/12 duplicó la frecuencia de notas con esta valoración respecto de *Clarín* (14.3% y 7.3%, respectivamente). En tanto, las notas con valencia indefinida obtuvieron porcentajes casi idénticos (38.7% en *Clarín* y 37.3% en *Página/12*).

Es importante aclarar que tales resultados no implican un posicionamiento similar de los diarios frente a los diferentes temas asociados al conflicto. Mientras que *Clarín* evaluó de manera negativa a la Resolución n° 125/08 y las consecuencias de su aplicación, la política gubernamental fue valorada positivamente por *Página/12*, matutino que utilizó el tono negativo mucho más para referirse a la protesta de las entidades agrarias que a la norma impulsada por el PEN.

El factor que explica el predominio de la valencia negativa fue que tanto *Clarín* como *Página/12* consideraron que la contienda produjo consecuencias negativas para la población. Sin embargo, los periódicos responsabilizaron por el origen de la controversia a diferentes sectores. A su vez, la polarización política y editorial de las coberturas analizadas (re)produjo el binomio "campo-gobierno" en un discurso que, salvo en contadas excepciones, no dio lugar a otras posiciones o abordajes.

Ahora bien, para determinar si la valencia influyó en la importancia que adquirieron las noticias, se decide tomar a esta variable como independiente y cruzarla con otras variables de la relevancia noticiosa, como la presencia en tapa (portada o primera plana), el acompañamiento gráfico y el tamaño de los titulares. El objetivo central es observar si las notas más visibles contaron con valencia definida, lo que se ajustaría a la hipótesis planteada por Kiousis.⁵⁴

Tabla 2: Valencia según aparición en tapa (portada o primera plana).⁵⁵
Cobertura mediática de la Resolución n° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Presencia en tapa					
		No aparece	Modifica estructura	Título principal	Título secundario	Destacado subordinado	Recuadro de tapa
Valencia	Positiva	7.2%	25.0%	28.6%		38.5%	20.0%
	Negativa	49.7%	75.0%	61.9%	100.0%	38.5%	70.0%
	Indefinida	43.1%		9.5%		23.1%	10.0%

Si se analizan las notas aparecidas en tapa (ver tabla 2), es posible advertir que la mayoría tuvo valencia manifiesta. Los datos, además, muestran que las notas más salientes tuvieron valencia negativa. En tanto, los porcentajes de valencia indefinida alcanzaron su máximo en aquellas notas que no aparecieron en portada.

Si se observa el comportamiento de la valencia en las notas con gráficas atractivas (ver tabla 3), el comportamiento fue similar. Las notas acompañadas por elementos gráficos, y, por lo tanto, más visibles, tuvieron valencia explícita. Entre ellas, también dominó la negativa. Contrariamente

⁵⁴ Spiro Kiousis, *op. cit.*

⁵⁵ Nota del editor.- En la publicación de este estudio, y con la anuencia del autor, se decidió respetar el término "tapa" en los momentos en que éste aparece en un estudio o en una entrevista incluidos como fundamento del trabajo. En otros momentos se optó por otras expresiones de un español más estándar: "portada" o "primera plana".

te, en la mayoría de las notas sin imagen y menos importantes no fue posible determinar una valoración explícita.

Tabla 3: Valencia según acompañamiento gráfico. Cobertura mediática de la Resolución n° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Acompañamiento gráfico				
		Sin imagen	Fotografía	Infografía	Dibujos	Más de uno combinados
Valencia	Positiva	6.1%	12.9%	9.1%	22.2%	16.7%
	Negativa	29.5%	63.4%	63.6%	77.8%	83.3%
	Indefinida	64.4%	23.7%	27.3%		

Al observar el tamaño de los titulares (ver tabla 4), también es posible advertir que el porcentaje de valencia negativa aumentó de manera directamente proporcional a su mayor visibilidad. Las piezas periodísticas menos importantes muestran valencia indefinida. Por último, lo mismo sucede si se tiene en cuenta el tamaño de los artículos. Los más grades y visibles tuvieron valencia explícita —principalmente negativa—, mientras que los más pequeños no permitieron identificar una valoración de la noticia.

Tabla 4: Valencia según tamaño del titular. Cobertura mediática de la Resolución n° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Tamaño título			
		Menos de 1/4	Entre 1/4 y 2/4	Entre 2/4 y 3/4	Entre 3/4 y 1
Valencia	Positiva	4.5%	5.9%	7.4%	18.2%
	Negativa	37.3%	35.3%	48.1%	70.1%
	Indefinida	58.2%	58.8%	44.4%	11.7%

En función del interrogante número 2, es posible afirmar que en este caso la valencia influyó de manera directa en la importancia de las noticias en la agenda mediática. Efectivamente, fueron los hechos presentados como dramáticos o controvertidos los que dominaron la cobertura informativa y marcaron su fisonomía.

5.3. Jerarquía noticiosa

5.3.1 Aparición en portada

Las noticias que aparecen en las portadas demuestran un mayor valor para el medio que el que tendría cualquier otra información publicada en páginas interiores⁵⁶.

Tabla 5: Porcentajes de notas que aparecieron en portada. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Presencia en tapa (portada o primera plana)	Aparece	13.1%	23%	17.6%
	No aparece	86.9%	77%	82.4%

En la tabla 5, puede apreciarse que sólo el 17.6% de las notas sobre la Resolución N° 125/08 aparecieron en portada. Este porcentaje, que a primera vista podría calificarse de bajo, debe ponerse en contexto para su interpretación.

El “conflicto del campo” tuvo lugar en la primera plana de *Clarín* en 122 de los 127 ejemplares analizados. En otras palabras, sólo en cinco de los días el conflicto no estuvo en la primera plana. Por su parte, únicamente un día de los 128 el caso no apareció en la portada de *Página/12*. Entonces, los bajos porcentajes de “presencia en tapa (portada o primera plana)” de las noticias que se analizan fueron producto de la alta frecuencia que adquirió el caso y no de una baja jerarquía en la agenda mediática.

Si se tiene en cuenta que, en términos absolutos, los dos periódicos publicaron un promedio de 31.12 notas diarias sobre el tema, la competencia por ocupar un lugar en la portada se dio incluso entre piezas periodísticas referidas al mismo caso. En suma, si la agenda mediática constituye un juego de suma cero, una primera interpretación de estos resultados es que dentro de los diarios hay sitios de mayor competencia que otros. La portada posee un espacio mucho más limitado que el cuerpo principal, por lo que la lucha entre los tópicos por ingresar en ella aumenta dramáticamente.

5.3.2. Acompañamiento gráfico

Otro indicador utilizado para medir la jerarquía noticiosa de un artículo periodístico es el acompañamiento gráfico.⁵⁷ Se considera que las noticias, cuando son acompañadas por imágenes o gráficos atractivos, llaman más la atención de la opinión pública.⁵⁸

56 Liliana Gutiérrez Coba, “Temas de interés para los periódicos de prestigio. El caso de El País (España) y El Espectador (Colombia)”, *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 6, núm. 1, Universidad del País Vasco, Leioa, 2001, pp. 131–157.

57 Richard Budd, *op. cit.*

58 Maxwell McCombs, *op. cit.*

Tabla 6: Acompañamiento gráfico según diario. Cobertura mediática de la Resolución n° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Acompañamiento gráfico	Con imagen	77%	57.1%	67%
	Sin imagen	23%	42.9%	33%

En términos globales, la cantidad de piezas acompañadas por imágenes fue mayor en *Clarín* (77%) que en *Página/12* (57.1%). Si se analiza la relación entre la presencia de elementos gráficos y el tamaño de la nota, puede constatare la importancia que los medios le dieron al caso. En efecto, 92.1% de las notas "de gran tamaño"⁵⁹ estuvo acompañado por imágenes. En tanto, 37% de las "notas pequeñas"⁶⁰ contó con acompañamiento gráfico.

En síntesis, a la vez que la tendencia ratifica la hipótesis de que las notas más grandes son las más atractivas, la inclusión de imágenes, incluso en las notas "pequeñas", realiza la jerarquía informativa del caso.

5.3.3. Tamaño del artículo

El tamaño que obtiene un artículo también es indicador de la importancia que el medio le da a un asunto⁶¹.

Tabla 7: Tamaño del artículo. Cobertura mediática de la Resolución n° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Tamaño artículo	Menos de ¼ de pág.	36.6%	36.6%	36.6%
	Entre 1/4 y 2/4 de pág.	24.6%	13.7%	19.6%
	Entre 2/4 y 3/4 de pág.	22.0%	21.1%	21.6%
	Entre 3/4 y pág. Comp.	13.6%	19.3%	16.2%
	Pág. completa	2.6%	6.2%	4.3%
	Más de 1 página	.5%	3.1%	1.7%

59 Se consideran "de gran tamaño" las notas que ocupan más de media página.

60 Se consideran "pequeñas" las notas periodísticas menores a media página.

61 Maxwell McCombs y Donald Shaw, *op. cit.*

El análisis empírico demuestra que en la cobertura general del conflicto predominaron las piezas periodísticas pequeñas (56.2 %) por sobre las mayores a media página (43.8%). Si se analiza diario por diario, en *Clarín* fueron pequeños, 61.2% de los artículos, y en *Página/12*, 50.3% (ver tabla 7).

Ahora bien, tal como sucedió con los títulos de portada, el predominio de notas pequeñas referidas al conflicto no pareciera redundar en una baja en la jerarquía informativa del caso. Nuevamente, los conceptos de agenda limitada y suma cero resultan útiles para interpretar los resultados.

Si se tiene en cuenta que casi la mitad de los artículos relevados fueron de gran tamaño, la hipótesis de una destacada prioridad informativa de la Resolución nº 125/08 se refuerza. Lo anterior es así debido a que la abundancia de notas pequeñas es producto de la alta frecuencia informativa del caso. Como corolario, puede apreciarse que los tamaños de los artículos fueron muy similares en *Clarín* y *Página/12*.

5.3.4. Tamaño del titular

Otra variable regularmente utilizada para medir la jerarquía noticiosa es el tamaño de los titulares que encabezan cada nota, ya que se sostiene que puede reforzar la visibilidad de los asuntos.⁶² En términos generales, la variable está íntimamente relacionada con la que se analizó previamente (el tamaño general del artículo). Es de suponer que titulares de gran tamaño se correspondan con piezas periodísticas grandes. A continuación, se analiza el tamaño promedio de los titulares.

Tabla 8: Tamaño del titular. Cobertura mediática de la Resolución nº 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Tamaño título	Menos de ¼ de pág.	34.0%	28.0%	31.3%
	Entre 1/4 y 2/4 de pág.	11.0%	18.6%	14.5%
	Entre 2/4 y ¾ de pág.	17.3%	13.0%	15.3%
	Entre ¾ y el total del ancho de página.	37.7%	40.4%	38.9%

Los resultados expresados en la tabla 8 muestran que los titulares grandes predominaron en la cobertura general del caso (54.2%). Esto fue así tanto en *Clarín* como en *Página/12*, (55% y 53.4% respectivamente).

En síntesis, la jerarquía noticiosa de la cobertura mediática de la Resolución nº 125/08 también se vio alimentada por el gran tamaño de los titulares de las notas. La puesta en relación de esta variable permite ratificar el supuesto de que a títulos grandes corresponden artículos grandes. Sin embargo, numerosas piezas pequeñas también tuvieron titulares grandes, lo que

62 Lilitana Gutiérrez Coba, *op. cit.*, p. 4.

realizó su visibilidad. Por último, se comprobó un comportamiento homogéneo entre *Clarín* y *Página/12* en los tamaños de titulares dedicados al proceso estudiado.

5.3.5. Bajada o "entradilla"

Gutiérrez Cobo⁶³ sostiene que las notas con bajada o "entradilla" son consideradas por los diarios como las más importantes. La bajada es un resumen de la noticia que se ubica debajo del título, y cuya función es "introducir las particularidades más sobresalientes de lo que después se desarrollará en la noticia".⁶⁴

Tabla 9: Presencia de bajada. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Bajada	Con bajada	34.0%	39.1%	36.4%
	Sin bajada	66.0%	60.9%	63.6%

Los resultados expresados en la tabla 9 dan cuenta de que predominaron las notas sin bajada (63.6%), mientras que un poco más de un tercio de las piezas periodísticas tuvo la presencia de este indicador de importancia (36.4%).

En el análisis comparado entre *Clarín* y *Página/12* llama la atención la similitud de los datos. Mientras que 39.1% de las notas de *Página/12* fueron introducidas por entradilla, 34% de las de *Clarín* cumplieron con este requisito.

Los resultados son coherentes con el resto de los indicadores analizados. Si bien las notas con bajada no fueron la mayoría, los porcentajes de presencia de este atributo fueron altos, situación que denota un aceptable nivel de jerarquía en la cobertura general. Por otro lado, aunque existió una gran similitud en el uso de este recurso entre los dos matutinos, tal como sucedió con otros indicadores, puede apreciarse una mayor prioridad informativa de la Resolución N° 125/08 en *Página/12* que en *Clarín*.

Pero, ¿qué factores influyeron en la presencia o no de bajada en las unidades analizadas? El cruce de la variable "género" con la presencia de "entradilla" resulta interesante.

En el total de las editoriales de *Clarín*, como en la mayoría de las notas de opinión de ambos diarios, no se usó bajada. Algo similar sucedió con las columnas publicadas en *Página/12*. En resumidas palabras, puede afirmarse que en los diarios que aquí se observaron, el uso de bajada o entradilla se utilizó casi exclusivamente en las notas de los géneros informativos, mientras que prácticamente no se usó en los géneros interpretativos.

La entradilla tiene como característica central ser un resumen de la noticia que se expresa en no más de cinco líneas, con alrededor de entre 30 y 60 espacios. Su estructura básica es la

63 Lilliana Gutiérrez Cobo, *op. cit.*

64 José Luis Gómez Mompert, *Los titulares en prensa*, Mitre, Barcelona, 1982.

pirámide invertida.⁶⁵ Una explicación posible para el menor uso de este recurso en los géneros interpretativos podría asociarse a la propia naturaleza de este tipo de piezas.

Las notas de opinión, editoriales y columnas no poseen como requisito básico la estructuración con base en la pirámide invertida. Estas tienen en común que “no trabajan directamente con los hechos [...], sino que tienden a trabajar con ideas y deducen consecuencias ideológicas, culturales o filosóficas”.⁶⁶ Su estructura, entonces, mucho más laxa que la de los géneros informativos, permite un desarrollo conceptual mucho más complejo que puede prescindir de un resumen u orientación previa para el lector.

En síntesis, mientras que la presencia de bajada fue importante en los géneros informativos —lo que realza la prioridad informativa del caso—, el porcentaje total del uso de este recurso descendió debido a la casi total ausencia de entradilla en los géneros interpretativos. Tal situación, sin embargo, no indica una baja en la jerarquía del caso. En todo caso, los datos muestran que el factor “género” actúa como condicionante del uso de la entradilla. Y ello se verificó en los dos diarios analizados.

5.3.6. Tipo de página

Otro de los indicadores para medir la importancia de los temas en las coberturas noticiosas es el tipo de página en que se ubica la nota. Dada su mayor visibilidad, se considera que los artículos se destacan más cuando aparecen publicados en página impar.⁶⁷

Tabla 10: Presencia de bajada según género periodístico. Cobertura mediática de la Resolución n° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Tipo de página	Impar	41.40%	49.70%	54.80%
	Par	58.60%	50.30%	45.20%

La mayoría de las piezas se ubicó en página par. Si se analiza diario por diario, se aprecia que, coherentemente con el resto de los indicadores relevados, *Página/12* ubicó las piezas referentes al conflicto en lugares más destacados que *Clarín* (ver tabla 10).

Si bien el promedio de notas ubicadas en página impar fue menor a las de página par, cabe una salvedad para este caso. Si se asocia la información del tamaño de las notas con el tipo de

⁶⁵ La estructura de la pirámide invertida orienta el desarrollo de la noticia y busca responder cinco preguntas básicas para el lector: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué?, Concha Edo, *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*, Alfaomega, México, 2009

⁶⁶ Concha Edo, *op. cit.*

⁶⁷ Juan José Igartua, *op. cit.*; Juan José Igartua, Carlos Muñoz y Antonio Otero, “El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing”, *Global Media Journal*, vol. 3, núm. 5, Tecnológico de Monterrey, México, 2005, pp. 1–9.

página en que fueron dispuestas, se observa que las notas de gran tamaño fueron incluidas con una frecuencia muy importante en página impar, mientras que en páginas pares se publicaron generalmente notas de tamaño menor.

Al igual que con la portada de los diarios, la página impar es otro de los sitios donde la competencia temática se vuelve más encarnizada. Si se tiene en cuenta que las notas más grandes predominaron en este lugar, la visibilidad del caso aumenta, al mismo tiempo que se restringe la posibilidad de que todas las piezas puedan estar en él.

Además, sobre la página impar opera un factor externo a la cobertura mediática que compete con los asuntos y que debería ser considerado. Aunque en este estudio no se analizaron otros recursos que no fueran artículos periodísticos, en el trabajo empírico pudo comprobarse que la publicidad es frecuentemente incluida en la página impar. Entonces, además de la competencia temática, existe una posible explicación de orden económico para interpretar el comportamiento de esta variable.

5.3.7. Autoría de las piezas

La autoría de las notas constituye otro indicador de la jerarquía informativa. Se considera que los artículos que llevan la firma de sus redactores son aquellos a los que los medios le dedican más importancia en el tratamiento informativo.⁶⁸

Tabla 11: Autoría de las notas. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Firma	Con firma	63.40%	58.40%	60.90%
	Sin firma	36.60%	41.60%	39.10%

Las notas firmadas prevalecieron sobre las que no mostraron huellas de su autoría (61.1% y 38.9% respectivamente; ver tabla 11). El hallazgo, que fue similar en los dos diarios, realza jerarquía informativa del caso. Por otra parte, se advierte que la presencia de las huellas de autoría de las piezas fue total en los géneros interpretativos, mientras que disminuyó en las notas pequeñas pertenecientes a los géneros informativos.

5.3.8. Ubicación de la pieza

Uno de los indicadores que trabajó Budd⁶⁹ en su índice de atención fue la ubicación de las notas en las páginas de los diarios. Su hipótesis consiste en que los artículos que el diario considera más importantes son incluidos en la parte superior de la página.

68 Natalia Aruguete, *op. cit.*

69 Richard Budd, *op. cit.*

Tabla 12: Ubicación de la pieza. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Ubicación	Mitad superior	74.3%	62.1%	68.8%
	Mitad inferior	25.7%	37.9%	31.3%

Los resultados refuerzan la hipótesis de una amplia prioridad informativa de las noticias asociadas al “conflicto del campo”. Aproximadamente siete de cada diez notas, independientemente de su género y tamaño, fueron dispuestas en la parte superior de las páginas (ver tabla 12).

En términos comparativos, se constató una mayor prioridad informativa en *Clarín* que en *Página/12*, ya que el primero incluyó más cantidad de notas sobre el conflicto en la parte superior de la página (74.3%) que el segundo (62.1%).

5.3.9. Apertura de sección

En el trabajo seminal de *agenda-setting*, McCombs y Shaw⁷⁰ consideraron que las notas que abren una sección del diario adquieren una visibilidad mayor que el resto.

Tabla 13: Apertura de sección. Cobertura mediática de la Resolución N° 125/08. *Clarín* y *Página/12*. 11 de marzo al 17 de julio de 2008

		Diario		Total
		Clarín	Página/12	
Apertura sección	Abre sección	13.6%	14.3%	13.9%
	No abre sección	86.4%	85.7%	86.1%

Los datos expresados en la tabla 13 permiten establecer que fue baja la frecuencia de notas que abrieron sección (13.9%). Ahora bien, tal como sucedió con la aparición en portada, puede inferirse que, al haber existido una alta frecuencia de artículos, las posibilidades de cada pieza de abrir sección hayan disminuido.

Se corrobora una fuerte relación entre las notas de portada y la apertura de sección. En efecto, es posible afirmar que más de 75% de los titulares principales abrieron las secciones en que fueron incluidos. En cambio, los títulos secundarios y los recuadros de primera plana mostraron una baja frecuencia de apertura de sección.

Entonces, la baja frecuencia de apertura de sección es consecuencia de que sólo una pieza puede ubicar ese lugar. Por lo tanto, la competencia —tal como sucede en las portadas— se incrementa sustancialmente. Por consiguiente, la alta frecuencia que obtuvo el caso restringió la posibilidad de que todas las piezas abrieran las secciones donde fueron incluidas.

70 Maxwell McCombs y Donald Shaw, *op. cit.*

Finalmente, si se cruza la apertura de sección con cada uno de los días que duró el conflicto, es posible aseverar que en 91.3% de las jornadas una noticia referida a la Resolución N° 125/08 abrió la sección de política nacional de los diarios, lo que da cuenta de la alta prioridad informativa que adquirió el tema que aquí se estudia.

6. Discusión

Los resultados demostraron que el conflicto desatado a partir del intento del gobierno nacional de implementar retenciones móviles a las exportaciones agrícolas obtuvo una importante frecuencia de cobertura. De hecho, sólo en cinco de las portadas relevadas de *Clarín* éste no se presentó, mientras que *Página/12* sólo un día no publicó ninguna noticia referida al caso en primera plana.

Ahora bien, si se considera el concepto de hueco informativo, puede enriquecerse el análisis de la frecuencia. En este trabajo, se constató que, si bien *Clarín* publicó más piezas referidas al caso que *Página/12*, las que editó este último matutino representan una porción mayor de su hueco informativo. Tales resultados permiten aseverar dos cuestiones centrales: 1) que en términos comparados, *Página/12* otorgó mayor importancia al "conflicto del campo" que *Clarín*; 2) que la frecuencia de cobertura de un caso debe determinarse en función de la totalidad de espacio disponible en su agenda informativa.

Posteriormente, se analizó si la valencia de las notas afectó su nivel de relevancia. Los resultados obtenidos demostraron que las piezas con atributos afectivos salientes adquirieron mayor visibilidad en las coberturas. En términos de McCombs,⁷¹ "las noticias tienen tono y drama. Las noticias comunican más que hechos. [...] Los mensajes noticiosos son cognitivos y afectivos".

En este estudio, se demuestra que la valencia influye de manera directa en la importancia que adquiere un caso en la agenda mediática. Efectivamente, fueron los hechos presentados como dramáticos o controvertidos los que dominaron la cobertura informativa y marcaron su fisonomía.

Tal como afirma Kiousis,⁷² la valencia de las noticias está directamente relacionada con la relevancia que adquiere un asunto en la agenda informativa. Tal aseveración es factible luego de observar que tanto la frecuencia como la jerarquía aumentaron en momentos en que la controversia se radicalizó, involucró a sectores más amplios de la población o fue presentada como causante de efectos negativos que afectaron a la ciudadanía y/o el bien común.

Por lo tanto, no debe confundirse la valencia o tono valorativo de las noticias con la posición editorial de los medios. En el caso que se analiza, los diarios se posicionaron de manera contrapuesta sobre los sucesos en torno a la Resolución N° 125/08. Mientras que *Clarín* se opuso a la norma y culpabilizó al gobierno por los efectos negativos sobre la población de la medida impositiva, *Página/12* defendió la política oficial y culpabilizó a la Mesa de Enlace por los efectos dañinos de las medidas de fuerza sobre la ciudadanía. Lo anterior posibilitó una mayor presen-

71 Maxwell McCombs, "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 69, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), 1992, pp. 813-824.

72 Spiro Kiousis, *op. cit.*

cia de valencia positiva en este matutino, predominantemente vinculada a la evaluación que el diario hizo sobre la medida del PEN y sus posibles efectos.

Sin embargo, la diferencia en la caracterización de los hechos no impidió que ambos diarios hayan considerado que el “conflicto” fue disruptivo de la paz social, afectó de manera negativa a los ciudadanos y constituyó un problema por resolver.

En función de establecer la jerarquía del caso, se procedió a medir indicadores utilizados previamente en estudios de *agenda-setting*. El trabajo empírico demuestra que la Resolución N° 125/08 obtuvo importantes niveles de jerarquía, que sumados a la alta frecuencia y a una valencia predominantemente definida, arrojan una importante relevancia total para el caso que aquí se estudia.

Por último, en este análisis se constató un comportamiento similar de la mayoría de las variables medidas en *Clarín* y *Página/12*. Este hallazgo resulta revelador, ya que se trata de dos diarios con líneas editoriales contrapuestas. La homogeneidad en el tratamiento incluyó tanto la frecuencia como la jerarquía y la valencia.

Los hallazgos de este trabajo dejan pendiente el análisis sobre cuál fue la responsabilidad asignada a los diferentes actores y con qué atributos fueron éstos presentados por ambos diarios. Los resultados sugieren que fue en este terreno donde se presentaron las mayores diferencias entre las coberturas de *Clarín* y *Página/12*, sobre un conflicto de alto impacto económico, político y social que mantuvo en vilo a la opinión pública argentina durante 128 días.

Bibliografía

- AMADO, Adriana y Nicolás Rotelli, “La investigación de medios en situaciones de conflicto: supuestos y aportes”, trabajo presentado en el 10° Congreso Nacional de Ciencia Política ‘Democracia, integración y crisis en el nuevo orden global: tensiones y desafíos para el análisis político’, Sociedad Argentina de Análisis Político, Córdoba (Argentina), 2011.
- ARUGUETE, Natalia, *Los medios y la privatización de ENTEL*, Lap Lambert, Berlín, 2011.
- AUH, Thomas, “Issue Conflict and Mass Media Agenda-Setting during Bayh-Lugar Senatorial Campaign of 1974”, trabajo presentado en *Annual Meeting of the Association for Education in Journalism*, ERIC, Wisconsin, 1977, pp. 1–39.
- BECERRA, Martín, “Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina”, en Gustavo Lugones y Jorge Flores (comps.), *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario*, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2010, pp. 139–165.
- BECERRA, Martín y Soledad López, “La contienda mediática. Temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el gobierno y las entidades del campo argentino en 2008”, *Revista de Ciencias Sociales*, segunda época, núm. 16, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2009, pp. 16–30.
- BECERRA, Martín y Guillermo Mastrini, *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires, 2009.
- BIZER, George y Richard Petty, “How We Conceptualize Our Attitudes Matters: The Effects of Valence Framing on the Resistance of Political Attitudes”, *Political Psychology*, vol. 26, núm. 4, International Society of Political Psychology, Columbus, 2005.
- BLANCO, Daniela y Carlos Germano, *20 años de medios y democracia en Argentina*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- BROSIOUS, Hans y Hans Kepplinger, “Beyond Agenda-Setting: The Influence of Partisanship and Television Reporting on the Electorate’s Voting Intentions”, *Journalism Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), vol. 69, núm. 4, 1992, pp. 893–901.
- BUDD, Richard, “U.S. News in the Press Down Under”, *The Public Opinion Quarterly*, vol. 28, núm. 1, Oxford University Press, Carolina del Norte, 1964, pp. 39–56.
- CASERMEIRO DE PERESON, Alicia, *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*, EDUCA, Buenos Aires, 2004.
- COHEN, Bernard, *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, Nueva York, 1963.

- CREMONTE, Juan Pablo, "Cada cual atiende su juego. La construcción del conflicto entre el Gobierno Nacional y las entidades agropecuarias en *Clarín, La Nación y Página/12*", en Ricardo Aronskind y Gabriel Vommaro (comps.), *Campos de batalla. Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*, Prometeo-Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires, 2010, pp. 227-266.
- D'ADAMO, Orlando, Virginia García y Flavia Freidenberg, *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen, ¿vale más que mil palabras?*, Universidad de Belgrano, Buenos Aires, 2000.
- EDO, Concha, *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*, Alfaomega, México, 2009.
- GIARRACCA, Norma, "El conflicto agrario de 2008: los debates necesarios", en N. Giarracca y M. Teubal (eds.), *Del paro agrario a las elecciones de 2009. Tramas reflexiones y debates*, Antropofagia, Buenos Aires, 2010, pp. 313-341.
- GÓMEZ MOMPART, José Luis, *Los titulares en prensa*, Mitre, Barcelona, 1982.
- GUTIÉRREZ, Alfredo, "Crisis política: con el voto negativo de Cobos, el Senado rechazó las retenciones", *Clarín*, 17 de julio de 2008. Consultado el 25 de agosto de 2008, en <http://edant.clarin.com/diario/2008/07/17/um/m-01717007.htm>.
- GUTIÉRREZ COBA, Liliana, "Temas de interés para los periódicos de prestigio. El caso de *El País* (España) y *El Espectador* (Colombia)", *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 6, núm. 1, Universidad del País Vasco, Leioa, 2001, pp. 131-157.
- IGARTUA, Juan José, *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, Bosch, Barcelona, 2006.
- IGARTUA, Juan José y María Luisa Humanes, *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, Bosch, Barcelona, 2004.
- IGARTUA, Juan José, Carlos Muñoz y Antonio Otero, "El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing", *Global Media Journal México*, vol. 3, núm. 5, 2005, pp. 1-9.
- KIOUSIS, Spiro, "Explicating Media Salience: A Factor Analysis of New York Times Issue Coverage During the 2000 U.S. Presidential Election", *Journal of Communication*, vol. 54, núm. 1, International Communication Association, Nueva Jersey, 2004, pp. 71-87.
- LANG, Gladis y Kurt Lang, "The Mass Media and Voting", en B. Berelson y M. Janowitz (eds.), *Reader in Public Opinion and Communication*, Free Press, Nueva York, 1966, pp. 455-472.
- LIPPMANN, Walter, *Public Opinion*, Macmillan, Nueva York, 1922, 438 pp.
- LÓPEZ ESCOBAR, Esteban, Maxwell McCombs y Federico Rey Lennon, "La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda setting", *Comunicación y Sociedad*, vol. 9, núm. 1, 1996, pp. 39-65.
- MCCOMBS, Maxwell, "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), vol. 69, núm. 4, 1992, pp. 813-824.
- MCCOMBS, Maxwell, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2006.
- MCCOMBS, Maxwell y Donald Shaw, "The Agenda-Setting Function of the Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, núm. 2, The American Association for Public Opinion Research, Washington, 1972, pp. 176-187.
- NELSON, Thomas, Sophie Lecheler, Andreas Schuck, y Claes de Vreese, "Framing Effects on Values, Emotions, and Attitudes", trabajo presentado en el *2012 Meeting of the Western Political Science Association*, Western Political Science Association, Portland, 2012.
- S/A, "Cacerolazo tras el duro discurso de Cristina", *Clarín*, 26 de marzo de 2008. Consultado el 20 de agosto en http://edant.clarin.com/diario/2008/03/26/index_ei.html
- S/A, "Campo minado", *Página/12*, 26 de marzo de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014 en <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index-2008-03-26.html>.
- S/A, "El campo protestó fuerte y hoy vuelve a negociar", *Clarín*, 26 de mayo de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014, en http://edant.clarin.com/diario/2008/05/26/index_ei.html.
- S/A, "Por ley", *Página/12*, 18 de junio de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014 en <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index-2008-06-18.html>
- S/A, "Retenciones: buscan el aval del Congreso", *Clarín*, 18 de junio de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014 en http://edant.clarin.com/diario/2008/06/18/index_ei.html.
- S/A, "25 dividido 2", *Página/12*, 26 de mayo de 2008. Consultado el 20 de agosto de 2014, en <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index-2008-05-25.html>.
- ZHU, Jian, "Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 69, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), 1992, pp. 825-836.