

XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2017.

# La cobertura mediática que desafía a las teorías.

Guillermo Orsi.

Cita:

Guillermo Orsi (2017). *La cobertura mediática que desafía a las teorías. XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-022/115>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# **Nuevos y viejos: Las redes sociales virtuales y la prensa escrita durante la organización del 8N**

Autor: Guillermo Omar Orsi<sup>1</sup>

Eje temático: 1 Cultura, Significación y Comunicación.

Mesa: 44 Tecnologías digitales, Comunicación y Sociedad.

Institución de pertenencia: Universidade Federal do rio grande do sul (PPGS – UFRGS).

E-mail: gorsi83@gmail.com

## **Resumen**

El trabajo propuesto analiza las relaciones entre las redes sociales virtuales (facebook) y los medios de comunicación tradicionales, así como el papel desempeñado por cada actor en relación al surgimiento y desarrollo de masivas movilizaciones sociales. Particularmente analiza los grupos de facebook (y sus administradores) que lideraron la organización del “Cacerolazo” del 8 de noviembre de 2012, frente al papel desempeñado por el diario Clarín. Frente a numerosos trabajos actuales que celebran la muerte de los medios de comunicación tradicionales, y colocan la centralidad en las nuevas tecnologías y las redes sociales, la hipótesis central del trabajo es que las tanto uno como otro, no son actores autónomos e independientes, por lo que se produce un intercambio constante (de actores, información, etc), pero que además en esa relación, los medios de comunicación tradicionales mantienen todavía la credibilidad y legitimidad en la producción y difusión de información. El análisis propuesto presupone que la misma aún no ha sucedido y que, inclusive las nuevas tecnologías pueden ser subsidiarias de estas en contextos específicos.

Palabras clave: Medios de comunicación, Redes sociales virtuales, protesta.

## **Introducción**

Desde la consolidación de Internet como un elemento presente de la vida cotidiana diversos académicos han comenzado a anunciar la sustitución de los medios de comunicación tradicionales

---

<sup>1</sup> Licenciado en Ciencia Política por la Universidad de Buenos Aires (UBA), 2012. Magister en Sociología por la Universidad Federal de Río Grande do Sul (UFRGS – Brasil), 2017.

(diarios impresos, programas de televisión y radio) por estos (LOADER, 2008; TUFEKCI; WILSON, 2012; VASI; SUH, 2013). El objetivo de este trabajo<sup>2</sup>, es demostrar que en la actualidad sudamericana ese postulado aún se encuentra muy lejos de tornarse realidad.

Aunque es innegable que el desarrollo de las TICs (Tecnologías de información y comunicación) está tornándolas cada vez mas presentes, impulsadas por el progresivo abaratamiento de los *smartphones*, determinadas características de la comunicación pública aún no han podido ser apropiadas por ellas, principalmente en lo que refiere a la validez y confianza en la información. Es decir, la percepción que los individuos tienen sobre la validez de las diversas fuentes. Nuestra hipótesis es que los medios de comunicación tradicionales conservan la hegemonía y centralidad en la comunicación pública por conservar aún el prestigio de ser los distribuidores de la *verdad*. Las redes sociales virtuales, conscientes de ello y lejos de desafiar ese predominio, parten de él para validar las informaciones por ellos distribuidas, convirtiéndose en meros reproductores de los medios de comunicación tradicionales. Lo que se trata de ver, entonces, es la relación de ambos actores con los contenidos que publican.

La investigación llevada adelante consistió en la creación de un banco de datos constituido por una selección de publicaciones del diario Clarín<sup>3</sup> y de los grupos de Facebook “El Cipayo” y “El Anti-K”<sup>4</sup>, en el periodo de treinta días anterior al Cacerolazo del 8 de noviembre de 2012 (8N). Además, fueron incluidas entrevistas realizadas con los administradores de dichos grupos (en adelante administradores). El objetivo fue observar las molduras interpretativas (BENFORD, 1997; BENFORD; SNOW, 2000; GAMSON, 2011; GOFFMAN, 1986; SILVA, M. K.; PEREIRA; GOMES; PAIS, 2015) utilizadas por cada uno de los actores para, posteriormente analizar la relación entre ellas, no solamente en términos del contenido sino también de la temporalidad.

Los Cacerolazos realizados contra el gobierno de Cristina Kirchner en 2012, fueron elegidos como caso de análisis por la presencia que las redes sociales adquirieron en el discurso público del momento, las mismas fueron señaladas como las principales motivadoras y organizadoras de los eventos. Considerando la dicotomía mencionada anteriormente entre las redes sociales virtuales y

---

<sup>2</sup> Sintetiza el trabajo realizado en mi tesis de maestría, en la cual los temas planteados aquí se encuentran mas desarrollados: “Ativismo midiático: a atuação da mídia corporativa na produção dos cacerolazos argentinos – o caso do 8n”, UFRGS, 2017.

<sup>3</sup> Aunque el análisis se centra en la versión impresa del diario no puede ignorarse el hecho de que Clarín constituye el mayor multimedios del país por lo que, eventualmente, tendrán que ser hechas referencias a sus otros canales de difusión (radio, tv, internet).

<sup>4</sup> Estos fueron los dos mayores grupos de facebook dedicados a la difusión de la protesta, teniendo 147.049 y 204.672, en consulta hecha el 10/8/2106.

los medios de comunicación tradicionales, el presente artículo explora las relaciones entre los administradores y los miembros de los medios de comunicación tradicionales, así como las relaciones entre las publicaciones realizadas en dichos grupos de facebook y las realizadas por el diario Clarín.

Para ello en la primer sección se realizará un breve recorrido por la historia de las teorías de la comunicación, la recepción y la opinión pública mostrando como la misma ha reaccionado a los cambios tecnológicos, lo que explicaría la actual tendencia a, entendemos, sobrevalorar o sobreestimar las potencialidades y efectos de las redes sociales virtuales. Luego se presentará el abordaje de marcos interpretativos que servirá para el análisis propuesto.

En segundo lugar, serán sintetizadas las informaciones recabadas en la investigación. Fundamentalmente, mostrando los marcos interpretativos publicados por el diario Clarín y los utilizados por los grupos de facebook en el mismo periodo. Las entrevistas con los administradores ayudarán a entender el proceso de producción de las publicaciones en internet.

Finalmente, serán expuestas las consideraciones finales en las que se vincularán los distintos elementos presentados.

### **Teorías de la comunicación**

La controversia y el interés fundamentales en el estudio de los medios de comunicación tiene que ver con los efectos que los mensajes producidos y emitidos por los diversos tipos de medios tienen hacia el público. Aunque el campo de las teorías sobre medios presente innumerables visiones (ALONSO MARCOS, 2010, p. 15), intentaremos sintetizar los puntos centrales de los abordajes más importantes.

En primer lugar, podemos destacar la teoría de los “efectos poderosos” (LASSWELL, 1948), la cual es representada con la imagen de la “aguja hipodérmica”. Esta teoría sostiene el argumento según el cual la información producida y difundida por los medios de comunicación de masas penetra directamente en la mente de los individuos, meros receptores, descritos como sujetos pasivos, maleables e indefensos frente a los medios. Los trabajos orientados por esta perspectiva tuvieron gran impacto en el periodo de entreguerras, teniendo como referencia empírica los efectos que el desarrollo de la radio tuvo para las poblaciones de Estados Unidos y Europa (principalmente

Alemania e Italia). En esta concepción, es poco lo que el público puede hacer para impedir la adopción de los mensajes de los medios.

En segundo lugar, se encuentra la teoría de los efectos limitados o “de los dos pasos”, cuyo principal representante es Paul Lassarfeld (1982). La teoría de los efectos limitados fue desarrollada luego que las investigaciones empíricas demostraran que la teoría de los efectos poderosos no se comprobaba en la realidad. Así, los nuevos estudios pararon de considerar a las sociedades como homogéneas y comenzaron a observar las actitudes, voluntad e intereses de los receptores de los mensajes mediáticos, analizando como los individuos escogen los mensajes que van a recibir, cambiando sus fuentes de información. En este escenario, comienzan a aparecer nuevos actores, como los “líderes de opinión”, los cuales reproducen los mensajes de los medios en determinados grupos sociales que los ven como figuras de autoridad y credibilidad (un universitario en una familia sin historia de educación superior puede asumir ese papel). La teoría de los efectos limitados comenzó a ser desarrollada durante el proceso de masificación de la televisión y su instauración como medio hegemónico de comunicación, por sobre la radio. La teoría de la formación de la opinión pública de Sartori (1993) puede ser situada en esta corriente, desde que considera la relación entre los medios y los receptores conectados por múltiples líderes de opinión.

En tercer lugar, se encuentra la teoría de los “efectos cognitivos”, la cual también fue afectada por el desarrollo de la televisión. En Europa, los investigadores comenzaron a repensar el rol de los formadores de opinión frente a la presencia de periodistas en televisión (anteriormente ese papel estaba reservado para individuos con una relación de proximidad y cotidianeidad). Esta corriente recoge algunos de los presupuestos de la teoría de los efectos poderosos, pero señalan que los efectos de los mensajes mediáticos son acumulativos y de largo plazo. Los nombres más importantes en esta línea son los de Noelle-Neumann (1995), Luhmann (2010) e McCombs (2005), estos señalan que el poder de los medios masivos decide en la capacidad de decidir los contenidos que serán discutidos en la sociedad (*agenda-setting*), llamando la atención para algunos temas y ocultando otros. El poder principal de los medios sería, entonces, decidir que asuntos son importantes y cuales no para la sociedad.

En este sentido, según algunos autores (MIGUEL, 2002; SARTORI, 1993) puede decirse que los eventos sociales en las sociedades modernas “solo suceden” si están noticiados por los medios, los que han monopolizado la definición de la agenda pública (MCCOMBS.; SHAW, 1972). Desarrollos dentro de esta línea (MIGUEL, 2002; SARTORI, G, 1993; MCCOMBS.; SHAW,

1972) señalan la capacidad de los medios no solo para decidir los contenidos que serán discutidos en la sociedad, sino como los mismos serían interpretados socialmente. Es decir que además del poder de *agenda-setting*, habría un segundo nivel llamado de *frame-setting*, orientado a la definición de los marcos de los mensajes definidos como centrales (LOPEZ-ESCOBAR; LLAMAS; REY, 1996; MCCOMBS, M., 2005; MCCOMBS, M. E.; SHAW, 1972; WEAVER, 2007).

Así, aunque algunas interpretaciones (Neumann, 1995; Baylor, 1996) reconozcan la posibilidad de resistencia del público frente a los mensajes emitidos por los medios es amplia la noción de que los vehículos mediáticos se encuentran en una posición cuya relación de fuerzas es desigual frente al público, considerados como observadores individuales (cuando el observador es un agente grupal – partidos, sindicatos, iglesias – la capacidad de resistencia al mensaje de los medios aumenta).

En cuarto lugar, pueden destacarse las “teorías de la recepción” (HALL, 2010; MORLEY, 1996), las cuales buscan desarrollar una explicación para las diversas formas de interpretación de los mensajes mediáticos. Esta abordaje centra su atención en la agencia de los públicos y no en los productores de los mensajes. Las teorías de la recepción reconocen en los receptores de los mensajes la capacidad de oponerse o cambiar los sentidos de los mensajes mediáticos. En sus diversas versiones, consideran que las formas de interpretar los mensajes está vinculada con la clase social a la que pertenece el individuo, pero también con su raza, edad, sexo, etc. Paralelamente, las concepciones personales de los receptores también influenciarán su forma de interpretación. En este sentido, David Morley (1996) presenta el ejemplo de un trabajador que puede ser al mismo tiempo, machista, racista y sindicalista, de forma que interpretará los mensajes según la relación establecida entre los mismos y los papeles sociales a los cuales se dirigen.

Finalmente sobre la recepción y ya aproximándonos al abordaje de marcos interpretativos, es importante destacar el trabajo de Gamson (2011), quien observando la construcción de marcos individuales señala que existen, además de los medios de comunicación, otras dos fuentes de marcos interpretativos que compiten en la construcción de los marcos individuales: la experiencia personal y el *sentido común*. No entraremos en el análisis de estas dimensiones ya que están aquí colocadas aquí para señalar fuentes alternativas a los medios en la construcción de la subjetividad social<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Por falta de espacio aquí, no será discutida la forma en que estas dimensiones son producidas, destacando que el *sentido común*, puede ser vinculado rápidamente con la teoría de los efectos cognitivos.

Con la aparición de internet, y principalmente las redes sociales, en el día a día las teorías han vuelto a ser cuestionadas. Es que, la principal diferencia que los nuevos medios presentan es la capacidad de interactuar que el público posee, pasándose de un diseño de emisor-público unidireccional donde los consumidores de los medios de comunicación masivos no tenían ninguna posibilidad de influir en los contenidos de los medios, para un diseño de emisor-publico/emisor interactivo, donde cada uno de los receptores puede realizar comentarios y/o compartir contenido. En ese sentido, incluso los medios de comunicación tradicionales, que inicialmente habían visto a la internet como una plataforma tecnológica que reproducía las relaciones de los medios anteriores, han progresivamente tenido que incluir en sus portales (diarios y radios) espacios para los comentarios del público y a tener presencia en redes sociales mas horizontales (Facebook, Twitter, etc). Aunque la horizontalidad y la falta de jerarquía de las redes sociales “2.0” que muchos valorizan (CORREA ARIAS, 2013) comienza a ser cuestionada (HINDMAN, 2008; PARISER, 2012; PASQUALE, 2015) debido a la constatación de que los algoritmos que gobiernan el mundo virtual interfieren en las relaciones entre individuos y grupos, las posibilidades de las nuevas tecnologías ya representan un cambio en la forma en que la teoría observa el comportamiento del público.

Cada vez mas, investigadores de diversas partes del mundo se interesan por los impactos que las redes sociales virtuales tienen para la comunicación social, los medios tradicionales y las organizaciones/movimientos sociales (BENNETT; SEREBERG, 2012; CASTELLS, 2006, 2015; COULDRY; CURRAN, 2003; LOADER, 2008; TUFEKCI; WILSON, 2012). Las posibilidades de particularización en la creación y difusión de informaciones por parte de los ciudadanos cambiaría la forma en que los mismos se relacionan con la información, lo que limitaría el poder que los medios de masa tradicionales (como antiguos monopolistas en el negocio de la información) poseen. Partidos políticos y gobiernos, que negociaban con los medios tradicionales también se verían debilitados dada la multiplicación exponencial de fuentes (hipotéticamente, una por ciudadano) y la imposibilidad de articulación en esa escala. Algunos abordajes incluso postulan que las redes sociales virtuales cargan con un discurso anti-neoliberal, en contraposición con los medios tradicionales, a los que se enfrentarían (BENNETT, 2003). Incluso quienes reconocen que los medios tradicionales aún conservan el predominio del escenario comunicacional (GARRETT, 2006; ROBLES; CASTROMIL; RODRIGUEZ; CRUZ, 2015), apuestan a una progresiva sustitución por parte de las redes sociales virtuales o, al menos, su futura primacía.

El análisis propuesto aquí desafía las visiones actuales sobre las potencialidades de las redes sociales virtuales, basándose para ello en la comparación de los marcos interpretativos de la acción colectiva, los marcos o molduras interpretativos de la acción colectiva.

La terminología tomada de Benford y Snow (2000) indica tres dimensiones de los marcos de acción: diagnóstico, pronóstico y motivacional. Los marcos diagnóstico son aquellos por los que individuos o movimientos sociales interpretan una situación como un problema social, y más específicamente, una injusticia. Identificándose los responsables por la existencia de la misma, así como fronteras entre el “nosotros” y el “ellos”. Ya, los marcos pronóstico, indican para los militantes soluciones para los problemas identificados, así como líneas de acción para alcanzarlos. Por fin, los marcos motivacionales son responsables por la construcción de mensajes que estimulen que los individuos enmarcados como víctimas (o aquellos que actúan en su nombre) se comprometan de forma sostenida en actividades de movimientos sociales (SILVA, M.; COTANDA; PEREIRA, 2013). La teoría indica que para que suceda un individuo se comprometa en una acción colectiva, el mismo debe ser receptor de los tres tipos de marcos interpretativos.

De lo que se tratará en la próxima sección es de comparar los marcos diagnóstico y pronóstico producidos por los medios de comunicación de masas (Diario Clarín y los grupos de facebook El Anti-K y El Cipayo).

### **Clarín, El Anti-K y El Cipayo**

El periodo de 30 días de análisis fue definido partiendo de las declaraciones de uno de los administradores del grupo de Facebook El Cipayo, quien sostuvo que:

Primero sabíamos que teníamos más o menos 40 días, que era lo que te demandaba para hacer una marcha, desde que largas la fecha, armas los flyer, cual va a ser el mensaje, con quien vamos a hablar, de que medio tradicionales (La Nación, Clarín, Infobae), que periodista, que político, toda esa parte de lobbie, me encargaba yo (LB - 3/02/2016)<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Para proteger las identidades de los entrevistados, referiremos a ellos solamente con sus iniciales.



Debido a la significativa cantidad de material encontrado se decidió reducir de 40 a 30 días la recolección de datos: en ese periodo se obtuvieron 144 imágenes desde grupo El Cipayo y 155 desde el grupo de El Anti-K, que se incluyeron manualmente en el banco de datos partiendo de 550 y 640 links respectivamente, los que habían sido capturados inicialmente con la aplicación Netvizz<sup>7</sup>.

En lo que respecta al diario Clarín, fueron revisadas las secciones Política, economía, sociedad e internacionales. Originalmente el banco de datos incluía 5 ediciones posteriores al cacerolazo del 8N, que no pudieron ser discriminados, por lo que los materiales utilizados en el presente trabajo son ligeramente más reducidos de los que se muestran en el siguiente cuadro:

#### Banco de datos Diario Clarín<sup>8</sup>

Diario: <b>Clarín</b>			
Período: del 8/10/2012 hasta 13/11/2012			
<b>Elementos</b>	<b>Total</b>	<b>Materiales sin marcos interpretativos sobre el gobierno identificados. Desconsiderado</b>	<b>Materiales con marcos interpretativos sobre el gobierno. Banco de datos para análisis.</b>
Tapas	35	2	33
Editorial	34	8	26
Columnas	146	68	78
Artículos	99	64	35
Noticias	1188	886	302
Notas	1069	898	171
Cartas de lectores	119	66	53
Semáforo	34	25	9
Publicidades	657	606	51
Humor	33	3	30
<b>Total de elementos.</b>	<b>3414</b>	<b>2626</b>	<b>788</b>

Fuente: Elaboración Propia

Durante los días analizados, el diario Clarín tuvo como temas principales el juicio a la esposa del gobernador de Rio Negro, Carlos Soria, por el asesinato de su marido, la retención de la Fragata Libertad en el puerto de Tema (Ghana), por el juicio iniciado por los fondos buitres, la huelga de

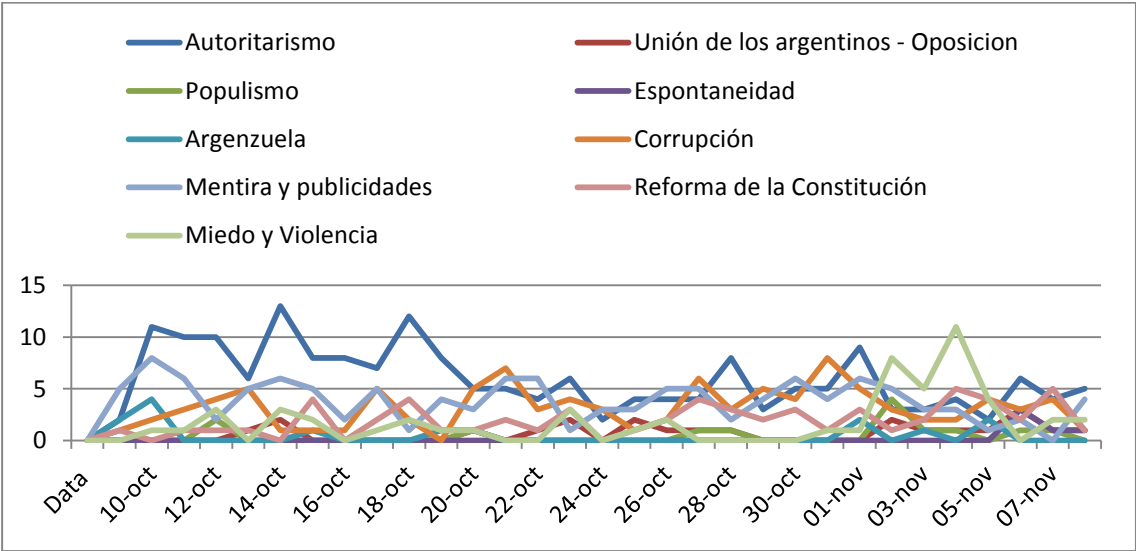
<sup>7</sup> Durante las entrevistas, todos los administradores reconocieron que durante la organización de los cacerolazos mantuvieron reuniones de organización y coordinación, por lo que no serán diferenciados los posteos de los distintos grupos.

<sup>8</sup> El criterio de definición de los distintos elementos se encuentra en mi tesis de maestría referida inicialmente.

prefectura y gendarmería, iniciada luego de una significativa reducción salarial y el Juicio a la ex Ministra de Economía, Felisa Micheli, por habersele encontrado una cantidad injustificada de dinero en su oficina y las elecciones presidenciales de los Estados Unidos (Victoria de Obama sobre Romney).

En la siguiente imagen puede verse la síntesis de los marcos interpretativos utilizados por el diario Clarín referidos al gobierno en el periodo. Los elementos de unión de los argentinos y espontaneidad, son los únicos que no refieren al gobierno y están vinculados con los cuadros motivacionales que no forman parte del presente trabajo. El resto de los cuadros temáticos refiere a características negativas del gobierno que generan o profundizan problemas; en términos de las teorías de marcos interpretativos, refieren a marcos diagnósticos. Según el diario, el gobierno es autoritario, populista, mentiroso, violento (lo que genera miedo), corrupto, pretende la reforma de la constitución (para perpetuarse) y procura llevar a la Argentina a un estado de crisis similar al de Venezuela (“Argenzuela”). El pronóstico es, en todos los casos, la unión y movilización de los argentinos, que defienden la libertad, la república y la democracia.

**Grafico 1: Marcos interpretativos sobre el gobierno en Clarín 8/10-8/11/2012**



Fuente: elaboración Propia

Siendo la manifestación del 8N una protesta contra el gobierno de Cristina Kirchner, se buscaron tanto en los grupos de facebook cuanto en el diario Clarín, los distintos marcos

interpretativos sobre el gobierno. De forma de ver como, y si, se influyeron mutuamente dichos actores. Como fue comentado anteriormente, incluso los propios administradores consideran que las redes tienen autonomía frente a los medios tradicionales: “A su vez mucha gente comienza a mandarnos información o materiales por privado: “publiquen esto”, me enteré esta denuncia” y hay información que tiene sustento. Y vos decías; ¿porque no salió en ningún medio?” (LB 3/2/2016).

Aunque algunos administradores reconocen informarse y construir su subjetividad partiendo de los medios de comunicación tradicionales: “yo vivía mamando de Clarín, La Nación, radio mitre y cualquier medio opositor que se te pueda ocurrir, pero que se yo (MM 23/02/2016)”, la idea general que pasan los mismos es la de la independencia frente a los medios tradicionales. Sin embargo, uno de ellos (YS, 17/02/2016) señala su propia dualidad al sostener que desde su columna en *infobae.com* se dedicó a “bajar línea”, para que el ciclo de cacerolazos terminara (hacia inicios de 2013, año de elecciones legislativas).

Por otra parte, los entrevistados reconocen haber mantenido, durante el periodo en que se desarrollaban las protestas, reuniones con los directores de los mayores diarios del país Clarín y La Nación<sup>9</sup> (Magnetto y Saguier), quienes “tenían interés en conocerlos” (MM, 23/02/2016). Uno de ellos señala que en reuniones con Saguier “con quien después nos hicimos bastante amigos” (LB 3/2/2016), este le presentó al editorialista del diario quien le habría dicho “yo los leo a ustedes. Muchas cosas que han tirado, nosotros después las hemos levantado o hemos hecho artículos, o notas en base eso.”, así refuerza la tesis de que las redes sociales no influirían en los medios tradicionales.

De la misma manera, por el lado de la vinculación con la política partidaria (que había sido un agente rechazado por las movilizaciones), los administradores relatan haber mantenido reuniones con referentes políticos de la oposición, principalmente Patricia Bullrich<sup>10</sup> y Elisa Carrió, quienes luego del masivo cacerolazo del 13 de septiembre de 2012, se habrían interesado también por conocer a los administradores.

También, algunos de los administradores indican que comenzaron a militar en diversos espacios políticos, luego del fin de las protestas, siendo incluso candidatos en las elecciones de 2013 y formando parte de las distintas administraciones obtenidas por la alianza Cambiemos luego

---

<sup>9</sup> Según el portal *diariosobrediaros.com.ar*, el promedio de ventas de clarín y la nación en octubre de 2012 (mes en que se realizó la colecta de datos) fue de 258.749 y 163.102 ejemplares por día respectivamente. Siendo los promedios anuales 270.444 para Clarín y 165.166 para La Nación.

<sup>10</sup> Actual ministra de seguridad de la nación.

de las elecciones de 2015 (de la que todos los partidos políticos en los que actúan forman parte). Incluso un ex administrador de El Anti-k señala que fue echado del grupo por una administradora que había comenzado a militar en Unión Por Todos (partido de Patricia Bullrich), quien no aceptó mantener el grupo como apartidario.

Incluso, y aunque refiere a la organización de la movilización del 18A (2013), los administradores relatan una reunión mantenida en el Congreso de la Nación con los diversos bloques opositores.

Por el lado de las redes sociales la cuantificación de la distribución e importancia de los temas es más compleja, ya que los posteos suelen estar repetidos y muchas veces los mismos consisten en una imagen, los textos colocados posteriormente en comentarios no fueron capturados por la aplicación. Sin embargo, en las convocatorias a las manifestación hay una síntesis de los marcos diagnóstico que los grupos difunden.

Las siguientes imágenes buscan sintetizar la diversidad de publicaciones realizadas en los grupos, tanto en su forma como en su contenido.

### Imagen 1 - El Anti-K, 2/11/2012



Como puede verse en el volante publicado por el grupo, para impresión y difusión del evento en distintas ciudades del país, las pautas principales de la movilización son el “respeto a la Constitución Nacional”, la “justicia independiente”, “libertad de expresión”, “inflación” y “seguridad”. Paralelamente, dichos marcos interpretativos ya están presentes, en alguna forma, en las editoriales y columnas (fueron contabilizadas las columnas “del día”), aparecidas con anterioridad a la publicación del mismo, los días 11, 13, 15, 17, 18, 20, 21, 22, 26, 28, 29 y 30 de octubre y 2 de noviembre.

Desde el inicio del período de análisis, la

retención de la Fragata Libertad (sucedida el 2 de octubre y presente en 6 de las 31 tapas de Clarín consideradas) fue un tema importante en los grupos de facebook, que desde el 9 (El Anti-K) y el 11 de octubre (El Cipayo) comenzaron a publicar imágenes demandando la liberación del barco.

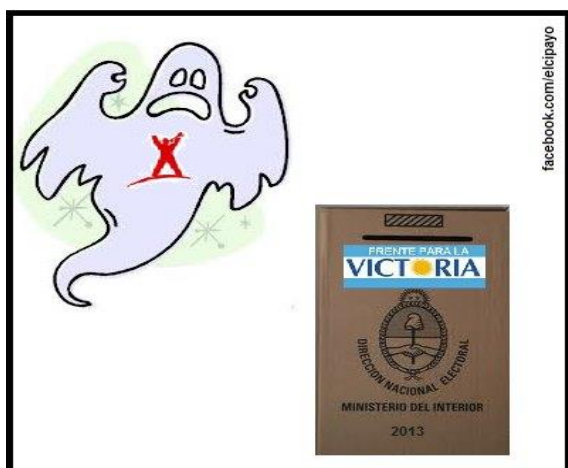
**Imagen 2 - El Cipayo, 10/10/2012**



El texto que acompañó a la imagen 2 en la publicación de facebook indica

que según la “versión del kirchnerismo” todos los problemas que el mismo causó serían responsabilidad de otro. En una larga lista de problemas que el post enumera (repetiendo la frase) escribieron, “la culpa de la inseguridad es de los medios”, “la culpa de las protestas de prefectura y gendarmería es de Mignetto y de los jueces”, etc. La publicación concluye finalmente que: “si hay alguna cosa clara en el kirchnerismo es que los aciertos son siempre propios y los errores son siempre ajenos...curioso “modelo””. El argumento recuerda los marcos utilizados por Clarín en la editorial del mismo día.

**Imagen 3 - El Cipayo, 11/10/2012**



El texto que acompaña la imagen 3 analiza las acciones del kirchnerismo en función de la utilidad que las mismas tienen para la reelección de Cristina Kirchner: “todo lo que hagan buscará el objetivo principal de perpetuarse en el poder”. Según ese

marco interpretativo se entiende que la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) responde al interés de controlar los medios para, hacia las elecciones del año siguiente (2013) conseguir el apoyo popular para mejorar su desempeño electoral y aproximarse a la mayoría necesaria en ambas cámaras para realizar la reforma de la constitución. El complejo argumento, recuerda al publicado por Clarín el día anterior en la noticia “Tres años de la ley de medios: otro ejemplo del relato Kirchnerista” donde el autor señala que “hay cada vez mas medios en manos de empresarios amigos del gobierno”, y en la noticia “Cristina volvió a presiona a la justicia por la ley de medios” donde se destaca que “ejerció presiones sobre la justicia al criticar las decisiones vinculadas a esa norma (LSCA)”.

Posteriormente, el día 1 de noviembre de 2012, en El Cipayo fue abordado el tema de la aprobación del *Per Saltum*. De acuerdo con el relato del grupo, la intención del gobierno en la aprobación de la ley responde al deseo de llegar a la Corte Suprema sin “...pasar por las instancias judiciales obligatorias. La motivación es muy clara: La ley de medios”. Este tipo de marcos posee gran similitud con lo expresado en la editorial de Clarín del día 21 de octubre.

**Imagen 4 - El Anti-K, 28/10/2012**



**Imagen 5 - El Cipayo, 1/11/2012**



La imagen 4 es acompañada por un texto escrito por los administradores, donde se lee: “después Guillermo Moreno se pone mal si es escrachado. La verdad de la provincia de misiones contrasta con los números del INDEC. La noticia de la que fue retirada la imagen es sobre la pobreza en el país, la cual, indica, seria mucho mayor que la reconocida por el gobierno. La publicación fue hecha el 28 de octubre de 2012, domingo, día de la emisión del programa (la misma



no posee horario para poder determinar si fue durante la emisión del programa o a posterioridad, pero la diferencia no es relevante).

En la imagen 5, publicada en el grupo El Cipayo, se reproduce una imagen del canal de noticias TN en cuyo zócalo puede leerse: “voto a los 16 y polémica: luego de 10 horas de debate, el oficialismo aprobó el proyecto sin la oposición” y se muestra al *Cuervo Larroque* (enmarcado como intolerante y violento) gritando al momento de su intervención. El posteo tuvo lugar luego de la emisión del programa televisivo.

### Imagen 6 - La Nación (online), en El Cipayo, 29/10/2012



Finalmente la imagen 6 es una captura de la versión online del diario La Nación, publicada por el grupo El Cipayo, durante la organización del cacerolazo. Allí se ve como ambos actores se benefician recíprocamente, por un lado el diario se permite difundir la convocatoria, mientras los grupos valorizan la propia actividad por haber sido publicada en los canales tradicionales. En esta dirección apuntan las declaraciones tanto de YS cuanto de LB

quienes sostienen haber sido los encargados de contactar y articular con periodistas y políticos la difusión de la convocatoria; “Teníamos un grupo de políticos que acompañaron, en el sentido que... Lilita, cuando tenía que salir en algún medio... Iba a TN, le decíamos “tenés que decir esto, esto y esto”, y ella hacia toda la entrevista y al final decía “les quiero comentar que en las redes hay una convocatoria” y al otro día explotaban todos los medios, la gente en las redes, y bueno así logramos que 2 veces por semana, mínimo apareciera el 8N en las tapas de los diarios (LB, 3/02/2016). Aunque valorizan la independencia de las redes sociales virtuales y las colocan como potenciales competidoras informativas de los medios tradicionales, finalmente recurren a ellas en búsqueda de legitimidad y mayores grados de difusión; “necesitas mucha potencia en las redes para equiparar el alcance que tiene un medio de nacional” (MM, 23/02/2016).

## **Reflexiones finales**

Como fue dicho, así como cada teoría de la comunicación, encontró límites a sus predicciones sobre las capacidades de las tecnologías que estaban investigando, las actuales esperanzas en un cambio radical de paradigma comunicacional y de nuevos desafíos para las esferas políticas parecen ser mucho más limitadas de lo previsto. Dicho fenómeno está profundamente vinculado con las costumbres y usos de la tecnología. Esta dimensión, no estudiada aquí, apunta a los usos diferenciados que adultos y jóvenes hacen de la tecnología y los medios de comunicación. Los primeros, respondiendo a padrones comunicacionales de la propia generación garantizan que la centralidad de los medios tradicionales no sea cuestionada. Aunque se perciba un descenso en el consumo de televisión y diarios por medio los jóvenes estos no son, de momento, determinantes.

A partir de los materiales analizados encontramos que durante la organización del 8N hubo fuertes vínculos entre los administradores de los grupos de facebook indicados como organizadores y articuladores la protesta y los medios de comunicación tradicionales, particularmente el diario Clarín. Ello contrasta con las visiones premonitorias sobre el fin de los medios tradicionales frente al avance de las nuevas tecnologías de comunicación.

Como se muestra, las redes sociales utilizaron de dos formas diferentes los marcos interpretativos propuestos y difundidos por Clarín. En primer lugar, compartiendo las noticias del diario (tanto su versión online cuanto impresa), inclusive, mediante la difusión de los links que permitían ver programas televisivos del grupo íntegramente, y en segundo lugar mediante la apropiación y adaptación por parte de los administradores de los marcos interpretativos difundidos por Clarín, en publicaciones e imágenes propias.

Aunque el presente trabajo considere solamente el período de un mes anterior a la movilización, y de solamente un vehículo (Clarín), la cual tuvo lugar dentro de un complejo proceso de mucha mayor duración, es interesante destacar la forma en que sobresalieron dichos dos mecanismos, de los que aquí hemos compartido solo unos pocos ejemplos. En la mayoría de las publicaciones las mismas reprodujeron los marcos publicados en por el diario ese mismo día (considerando que el diario se publica a primera hora de la mañana) o inmediatamente luego de la emisión de los programas televisivos.



El vínculo de ambos agentes también quedó evidenciado en la publicación referida al diario La Nación, donde se destaca la actividad de “*las redes*”, noticia que fue al mismo tiempo difundida por los grupos de facebook.

Además, la idea de independencia entre los actores que dominó el discurso público durante el auge del ciclo de movilizaciones, comienza a ser desmontada. Considerando también, los lazos entre políticos, periodistas y administradores se encuentran también actores con diversos roles simultáneos. Inclusive, aunque estos vínculos no hubieran tenido lugar, los administradores reconocen tener, individualmente en su vida cotidiana a los medios de comunicación tradicionales como fuentes de información, por lo que ya sea por la vía de la coordinación entre los agentes o por ser la fuente exclusiva de contenido/información, los medios tradicionales dominan los contenidos que difunden las redes sociales.

Así, contradiciendo las visiones que ven en las redes sociales un actor anti neoliberal y contrario a los medios tradicionales (BENNETT, 2003), del análisis realizado se desprende una profunda vinculación y subordinación de las redes sociales a los contenidos propuestos/difundidos por los medios tradicionales. Principalmente en lo que refiere al poder de los medios tradicionales de *agenda-setting* (MIGUEL, 2002; SARTORI, G, 1993; MCCOMBS.; SHAW, 1972) y de *frame-setting* (LOPEZ-ESCOBAR; LLAMAS; REY, 1996; MCCOMBS, M., 2005; MCCOMBS, M. E.; SHAW, 1972; WEAVER, 2007), lo que se percibe es que mientras esta capacidad de los medios tradicionales se mantuvo inalterada, se incorporaron redes sociales virtuales como herramientas que reforzaron la resonancia (KOOPMANS, 2004) de los marcos interpretativos mediáticos.

Consideramos que, en gran medida, la oposición entre nuevas tecnologías y medios tradicionales, en la teoría, responde a las condiciones de surgimiento de las mismas. Para los principales autores del campo de los movimientos sociales y medios de comunicación, los medios tradicionales se alían a los gobiernos en la búsqueda por el mantenimiento del *status quo*. Este refiere a la defensa de los intereses de las grandes empresas, de las cuales los medios de comunicación son ejemplo. (CHOMSKY, 1997; GAGO, 2014; HERMAN; CHOMSKY, 2011; KALTWASSER, 2014; RAMONET, 2013).

El *status quo*, entonces es desafiado principalmente por las movilizaciones sociales, que por lo tanto, son rechazadas por las elites político-económicas-mediáticas. Teniendo en vista ese escenario los desarrollos teóricos concluyen que los medios pueden tanto ser un espacio sin agencia propia, disponibles para ser ocupados por los movimientos sociales que empleen las estrategias

adecuadas (FRANCO LERRER, 2005; KENNETH; CAREN, 2010; KOOPMANS, 2004) o un espacio siempre contrario a la movilización social (LEAL, 2005; MORAES, D, 2013). En este escenario las redes sociales se tornan el único espacio de actuación de los movimientos sociales contrarios al gobierno/*status quo*, lo que lleva a pensar que la plataforma estimularía la defensa de valores contrahegemónicos por sí misma.

Sucede que, estos autores, fundamentalmente norteamericanos parten de la realidad de un país en el cual el sistema de partidos reduce las opciones electorales a dos figuras cuyos discursos tienden a confluir en el centro del espectro ideológico. El bipartidismo impide una gran polarización y atomización de agrupamientos políticos, liberales y conservadores en grados variables, se encuentran en condiciones de vencer en las elecciones. Las opciones políticas de “izquierda” carecen de posibilidades de triunfar en las elecciones, de forma que el *status quo* se mantiene inalterado.

Durante el ciclo de cacerolazos, el escenario político argentino se encontraba profundamente polarizado (entre el kirchnerismo y el antikirchnerismo) y, paralelamente, la oposición política al gobierno se encontraba atomizada en diversas fracciones que no representaban una amenaza para el gobierno. Fundamentalmente luego de las elecciones de 2011, en las que el mismo se había revalidado con el 54% de los votos. Así mismo, el conflicto por la aprobación de la ley de servicios de comunicación audiovisual (LSCA), estaba en su ápice. La LSCA simboliza el conflicto entre gobierno y medios tradicionales, fundamentalmente Clarín (que incluyó también la estatización de los fondos de las AFPJ, la emisión del fútbol, la reactivación del juicio por la apropiación de Papel Prensa y el proceso contra Ernestina por la apropiación de sus hijos adoptivos), y rompe la relación simbiótica gobierno-medios que los autores norteamericanos perciben como natural.

En ese sentido, el conflicto con entre la prensa tradicional y el gobierno alió a los medios con los movimientos sociales (con los que, transitoriamente compartieron los mismos intereses) haciendo con que los medios actuaran de formas no contemplada por las teorías, es decir, coincidentemente con la movilización.

El escenario norteamericano, así como el señalado anteriormente (TUFEKCI; WILSON, 2012), explican la actuación anti *status quo* de las redes sociales y el embate generado con los medios tradicionales, sin embargo es importante destacar que los contextos político y sociales no

son neutros y una variación en su conformación influye en los papeles que adquirirán los diversos actores.

### **Bibliografía**

ALONSO MARCOS, F. *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas*. 2010. Universitat Pompeu Fabra, 2010.

BENFORD, D. R. An insider's critique of the social movement framing perspective. *Sociological Inquiry*, v. 67, p. 409–430, 1997.

BENFORD, D. R.; SNOW, A. *Framing processes and social movements: An overview and assessment*. *Annual Rev. Sociol.*, www.AnnualReviews.org. [S.l: s.n.], 2000

BENNETT, L. New Media Power: The Internet and Global Activism. *Contesting Media Power*. Maryland: Rowman & Littlefield, 2003. .

BENNETT, L.; SEREBERG, A. The Logic of Connective Action. *Information, Communication & Society*, p. 739–768, 2012. Disponible em: <<http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>>.

CASTELLS, M. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. [S.l.]: Siglo XXI, 2006.

CASTELLS, M. *O poder da comunicação*. 1. ed. São Paulo: [s.n.], 2015.

CHOMSKY, N. *Media control. The spectacular achievements of propaganda*. New York: Seven Stories Press, 1997.

CORREA ARIAS, C. *Democracia 2.0. Las redes sociales y la participación ciudadana*. [S.l: s.n.], 2013.

COULDRY, N.; CURRAN, J. *Contesting media power*. Maryland: Rowman & Littlefield, 2003.

GAGO, V. A política dos muitos. *Nueva Sociedad*, 2014.

GAMSON, W. *Falando de Política*. São Paulo: Autêntica, 2011.

GARRETT, R. K. Protest in an information society. *Information, Communication & Society*, v. 9, n. 2, p. 202–224, 2006.

GOFFMAN, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. [S.l.]: Northeastern University Press, 1986. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=otPjwEACAAJ>>.

HALL, S. *Sin Garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Popayan: [s.n.], 2010.

HERMAN, E. S.; CHOMSKY, N. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. [S.l.]: Knopf Doubleday Publishing Group, 2011. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=18IWX4hxHNUC>>.

HINDMAN, M. *The myth of digital democracy*. Princeton: Princeton University Press, 2008.

KALTWASSER, C. La derecha en América Latina y su lucha contra la diversidad. *Revista Nueva Sociedad*, v. 254 Noviem, 2014. Disponível em: <<http://nuso.org/articulo/la-derecha-en-america-latina-y-su-lucha-contr-la-adversidad/>>.

LASSARZFELD, P. La campaña electoral ha terminado. In: GILI, G. (Org.). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: [s.n.], 1982. .

LASSWELL, H. *The structure and function of communication in society. The communication of ideas*. New York: Institute for religious and social studies, 1948.

LHUMANN, N. *La realidad de los medios de masas*. Madrid: ANTHROPOS, 2010.

LOADER, B. Social Movements and New Media. *Sociology Compass*, v. 2, n. 6, p. 1920–1933, 2008. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1111/j.1751-9020.2008.00145.x>>.

LOPEZ-ESCOBAR, E.; LLAMAS, J.; REY, F. La agenda entre los medios: primero y segundo nivel. v. 9 (1 e 2), p. 67–89., 1996.

MCCOMBS, M. *A look at Agenda-setting: past, present and future*. . University of Texas. Austin, USA: Journalism Studies. , 2005

MCCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176–187, 1972. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2747787>>.

MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, p. 155–184, 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64452002000100007&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452002000100007&nrm=iso)>.

MORLEY, D. Interpretar televisión: la audiencia de Nationwide. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu, 1996. .

- NEUMANN, N. *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós, 1995.
- PARISER, E. *O filtro invisível. o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: [s.n.], 2012.
- PASQUALE, F. *The black box society. The secret algorithms that control money and information*. Cambridge: Harvard University Press, 2015.
- RAMONET, I. Meios de comunicação: um poder a serviço dos interesses privados? In: BOITEMPO (Org.). *Mídia, Poder e Contrapoder - da Concentração Monopólica À Democratização da Informação*. São Paulo: [s.n.], 2013. .
- ROBLES, J. M.; CASTROMIL, A. R.; RODRIGUEZ, A.; CRUZ, M. El movimiento 15-m en los medios y en las redes. Un análisis de sus estrategias comunicativas. *Empiria*, v. 32, p. 37–62, 2015.
- SARTORI, G. *Teoría de la democracia. 1, El debate contemporáneo*. Madrid: Alianza Editorial, 1993.
- SILVA, M.; COTANDA, F.; PEREIRA, M. *Interpretação e Ação Coletiva: contribuições do conceito de “enquadramento interpretativo” para o estudo de movimentos sociais*. . [S.l: s.n.], 2013
- SILVA, M. K.; PEREIRA, M. M.; GOMES, P. D.; PAIS, V. R. *Dinâmicas da Contestação: transformações nos repertórios de manifestação pública de demandas coletivas no Rio Grande do Sul - 1970 e 2010. XVII Congresso Brasileiro de Sociologia*. [S.l: s.n.], 2015.
- TUFEKCI, Z.; WILSON, C. Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square. *Journal of Communication*, 2012.
- VASI, I. B.; SUH, CH. *Protest in the Internet Age: Public Attention, Social Media, and the Spread of “Occupy” Protests in the United States*. . [S.l: s.n.], 2013. Disponível em: <<http://politicsandprotest.ws.gc.cuny.edu/files/2012/07/PPW-2-Vasi.pdf>>.
- WEAVER, D. H. Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of Communication*, v. 57, n. 1, p. 142–147, 2007.