

Una aproximación a las percepciones sobre el modelo kirchnerista).

Ramiro González Malena Noguera, Matías Quintana y Malena Vecellio.

Cita:

Ramiro González Malena Noguera, Matías Quintana y Malena Vecellio (2011). *Una aproximación a las percepciones sobre el modelo kirchnerista*. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/264>

Percepciones sobre el modelo kirchnerista: ¿continuidad o ruptura?

Autores: González Ramiro, Nogueer Malena, Quintana Matías, Vecellio Malena.

Carrera de sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

benja_gon@hotmail.com

malenanogueer@hotmail.com

quintana.matias@yahoo.com.ar

malevece@hotmail.com

Resumen

La necesidad de conocer las representaciones y creencias de la población acerca del kirchnerismo surge de la problemática que se observa a diario en relación con el gobierno y los medios de comunicación. Creemos que tanto los discursos en relación al gobierno que se muestran desde los medios como la interpelación por parte del primero a la sociedad para la defensa del modelo son cuestiones que no pasan desapercibidas y que deben ser estudiadas.

El objetivo de la siguiente investigación es dar cuenta de las percepciones que las personas tienen acerca del modelo kirchnerista de acción gubernamental, entendiendo al mismo como una unión tanto del corpus discursivo como de sus tendencias en materia de políticas públicas. Consideramos que dichas percepciones se encuentran influidas por los medios de comunicación que la población elige para mantenerse informada.

En este sentido, es nuestro propósito proveer respuestas a las siguientes preguntas: ¿Qué creen las personas que es el modelo? ¿Qué opinan al respecto? ¿Cómo forman sus opiniones sobre el gobierno? ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en dichas representaciones?

La metodología utilizada será tanto cuantitativa como cualitativa. Haremos uso de la encuesta producida en el Seminario de Análisis de la Opinión Pública, cátedra De Angelis, (la cual considera variables como: opinión acerca de las principales características del modelo, inclinación política de los encuestados, y principales medios de información utilizados). Por otro lado, también llevaremos a cabo entrevistas en profundidad que permitirán ahondar en aspectos como las trayectorias informativas y las opiniones de la población en relación al modelo.

Palabras clave: Modelo kirchnerista, medios de comunicación, percepción, trayectoria informativa, entrevista.

Metodología de investigación

La metodología utilizada será tanto cuantitativa como cualitativa.

Haremos uso de la encuesta producida en el Seminario de Análisis de la Opinión Pública del primer cuatrimestre del 2011 de la cátedra De Angelis. La encuesta fue aplicada dentro del área del AMBA, respetando cuotas de edad, sexo, y locación, para que no se encontrara sesgada. La muestra está compuesta por 688 casos. Se utilizan las variables:

- Acuerdo con el modelo kirchnerista
- Edad: recodificada en Jóvenes (18 a 30 años), Adultos (31 a 55 años) y Mayores (56 años y más)
- Nivel de Instrucción: recodificada. Debido a poseer pocos casos “sin instrucción”, unificamos dicha categoría con la de “nivel de instrucción primario”. También unimos las categorías “terciario” y “universitario”.
- Cómo se informa principalmente
- Con qué programa se informa principalmente: esta variable recogía programas de radio, televisión, canales y diarios. Se recodificó en “canales más vistos” teniendo en cuenta solamente éstos y agrupando a aquellas categorías que hacían referencia a programas dentro de sus respectivos canales

Por otro lado, para ahondar en las percepciones acerca del modelo kirchnerista se realizaron 18 entrevistas en profundidad que fueron analizadas mediante el método de análisis temático¹. Creemos que a partir de comprender los supuestos ontológicos (la realidad es subjetiva y múltiple) y epistemológicos (el investigador esta inmerso en el contexto de interacción que desea investigar) del paradigma cualitativo, el agente toma un rol central y reflexivo a la hora de expresar sus opiniones, y no se lo analiza sólo desde condicionantes estructurales.

La *reflexividad* en la investigación social (y en especial en la cualitativa) es de mucha importancia. El término se refiere a una herramienta metodológica para fortalecer o interrogar la validez y legitimidad de interpretaciones pero va mucho más allá. En efecto, la reflexividad es fundamental, ya que provee un entendimiento del rol que juega el propio investigador en la producción de los datos, teniendo en cuenta que su *self* dentro del espacio social nunca debe desaparecer. El investigador es el instrumento de recolección de datos y una persona que posee biografía, valores y preconcepciones. A la hora de analizar los datos, es fundamental no pasar por alto estas características y entender que el análisis que se propone en realidad es una *doble hermenéutica*, es decir, la descripción de un mundo ya interpretado por los sentidos que las personas le dan a sus percepciones.

Modelo kirchnerista: contextualización histórica

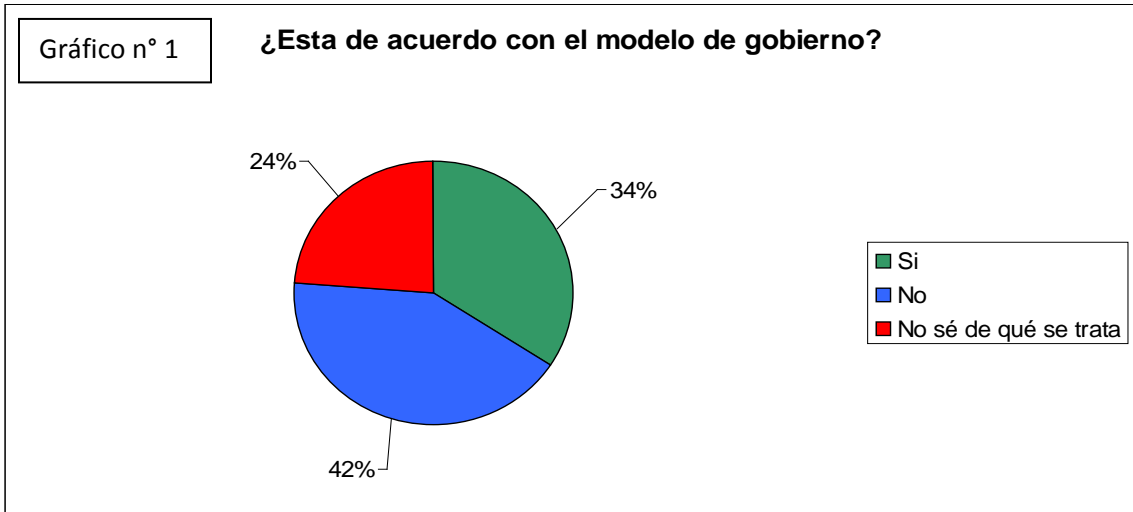
Néstor Kirchner, candidato del Partido Justicialista (coalición Frente para la Victoria), asumió la presidencia en 2003 con un 22% del total de votos del electorado, después de que Carlos Menem² no accediera a la instancia de ballottage. Su paso por el gobierno nacional implicó medidas concretas de gobierno, entre las cuales se encuentran las políticas frente a los derechos humanos, el rechazo a las políticas neoliberales de los 90 y un modelo de desarrollo económico impulsando la industria, el comercio y el sector rural. Al finalizar su mandato en el 2007, Cristina Fernández de Kirchner, esposa de Nestor Kirchner, asumió la presidencia de la nación con un 45,29% de los votos, después de una exitosa campaña donde remarcó la idea de continuar con la construcción del modelo.

Algunas de las medidas más importantes realizadas durante el gobierno de Néstor Kirchner y Cristina Fernández fueron: la Ley de Asignación Universal por Hijo³, la Ley de Matrimonio Igualitario⁴, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual⁵, la Ley de Glaciares⁶, la Ley de Reforma Política⁷, la Ley que prohíbe la minería a cielo abierto⁸, el debate por la Ley n°125⁹; la intervención del Instituto Nacional de Datos, Estadísticas y Censos (INDEC)¹⁰; la estatización del sistema jubilatorio que se encontraba en manos privadas de las AFJP¹¹; la discusión de paritarias¹² y la promoción de una contundente acumulación de reservas en el Banco Central¹³, entre otras.

Para poder mantener la legitimidad, el kirchnerismo fomentó la idea de un *gobierno sin partido* (Sidicaro, 2010). Resaltando al presidente como una figura predominante, se relega la importancia del partido justicialista de origen.

Modelo kirchnerista: posiciones y percepciones

Al indagar acerca del apoyo al modelo, un 42% de los encuestados contestó que no está de acuerdo con el mismo, mientras que un 34% sí. Resulta llamativo, además, que el 24% dice no saber de qué se trata.



N° de casos: 661

Elaboración propia

La *legitimidad de apoyo* que percibe un gobierno no es algo estático, sino que se transforma a medida que las personas cambian sus percepciones sobre el mismo o su reconocimiento de la acción gubernamental. Es una evaluación de desempeño. Se da o se retira día a día. Según Quiroga, “esta legitimidad procede de la eficacia de las políticas públicas, la opinión pública juzga y cree en la buena marcha de la cosa pública” (Quiroga, 2010)

Las percepciones sociales del modelo kirchnerista pueden ser enmarcadas en dos pares de conceptos fundamentales. En primera instancia, se identifica una *homogeneidad* o una *imprecisión* para hablar de la caracterización del modelo como tal y, en segunda instancia, una *continuidad* o una *ruptura* al analizar la representación del kirchnerismo en relación al pasado político.

Se observa que un sector de los entrevistados entiende al modelo como un todo coherente y homogéneo. En este caso, se reconoce que la acción gubernamental enmarca un conjunto de discursos, decisiones y medidas en el ámbito económico, social y político-institucional, llevados a cabo de forma articulada.

“... yo creo que sí [hay un modelo]. De hecho se nota bastante en una... que es consecuente en casi todos los ámbitos que están haciendo cambios, y que por eso yo lo considero un modelo de país. / Están yendo y profundizando en muchas cosas al mismo tiempo, y por eso lo considero como un modelo.” (Mujer, 21 años, universitaria en curso)

En contraposición a la imagen de homogeneidad, surge la idea de que el kirchnerismo no se constituye como un modelo completo y global, sino que se lo puede encontrar vagamente representado en una pluralidad de características y medidas encauzadas en una misma dirección. En efecto, el concepto de “suspensión coloidal” que emplea Sidicaro (2010) resulta interesante para pensar este tipo de percepción social de la política kirchnerista actual. La suspensión coloidal se utiliza en química para aludir a un medio fluido en el que las partículas flotan sin mayores contactos entre sí. El autor lo utiliza para referirse a la heterogeneidad de apoyos que agrupa el kirchnerismo, pero en este trabajo lo

usamos para referirnos a la heterogeneidad de acciones políticas llevadas a cabo por el mismo.

“...yo no se si hablar de modelo, a mi me parece que hay una tendencia.../ yo hago severas críticas pero me parece que hay una tendencia hacia algo un poco más distributivo, una mayor distribución de la riqueza, poder sacar un poco estos oligopolios, estas cosas que se ven tanto en la provincias. Hay como una movida.” (Mujer, 61 años, universitario completo).

“...No se si como modelo, viste que...sí como una forma ¿si? Yo pienso que sí, que ellos están haciendo las cosas de una determinada manera que se puede considerar que sea un modelo pero digamos que no existe como tal, o sea, se puede entender como si fuera un modelo pero no existe en teoría, teóricamente, no está sustentado bibliográficamente...” (Hombre, 49 años, universitario completo)

En otra línea, la representación del kirchnerismo como una *ruptura* con respecto al pasado habla de una posibilidad de cambio, de la concientización de los derechos fundamentales de los argentinos, del fomento del interés por la política tanto en jóvenes como en adultos, como alguna de las características de un gobierno que se ha preocupado por dar espacio y solución a las demandas que una y otra vez habían sido desatendidas por políticos anteriores.

“...considero que es muy llamativo que sea la única ideología o el único partido que generó interés en jóvenes ¿no? Lo cual creo que es una situación de progreso en una ciudadanía que está como “congelada” políticamente.” (Hombre, 63 años, universitario completo)

Así, la etapa de renovación política que se introduce a partir de las medidas llevadas a cabo por los gobiernos kirchneristas se enmarca en lo que Ulrich Beck denomina Segunda Modernidad (Beck, 2010). Es decir, un período histórico donde los Estados-nación son atravesados por la caída de las barreras territoriales, el creciente flujo de capitales que un día están y luego desaparecen, y la pérdida de los intereses colectivos frente a la individualización. En esta etapa de la sociedad, el kirchnerismo surge como una oportunidad para recomponer los lazos de solidaridad entre los ciudadanos, teniendo en cuenta las necesidades de los más desatendidos.

“...estoy de acuerdo con las políticas para las minorías. Me parece bueno que una persona que haya mirado en devolverle tierras a personas que las habían perdido, los derechos para los homosexuales, me parece que hay una cierta cosa que antes los gobiernos nunca se ocuparon. Es mas, defenestraban eso, lo dejaban pasar por encima” (Hombre, 29 años, secundario completo).

En contraposición al concepto de cambio, aparece el de *continuidad*, dentro del cual el kirchnerismo no se diferencia de gobiernos anteriores debido a que la línea política fue y es siempre la misma. En efecto, estos argumentos van de la mano con la idea de que la transformación que el gobierno plantea en sus discursos no se manifiesta en los hechos concretos.

“Argentina sigue siendo un país neoliberal que tiene sus variaciones, no es el mismo el de Menem que el de Kirchner, pero sigue siendo un modelo neoliberal, se sigue defendiendo la libre empresa, se sigue defendiendo un montón de cosas que por momentos no beneficia a los trabajadores...” (Hombre, 20 años, universitario en curso)

Hasta ahora, se han explorado las diferentes percepciones sociales con respecto al kirchnerismo, pero es interesante ahondar un poco más en los datos estadísticos y observar si existe relación entre algunos datos demográficos y el apoyo al modelo de gobierno. ¿Influye la edad en el apoyo al modelo? ¿Qué relación existe entre éste y el nivel educativo?

Tabla N° 1

¿Está de acuerdo con el modelo? * Edad

	Edad			Total
	Joven	Adulto	Mayor	
¿Está de Sí acuerdo con el modelo?	88 33,5%	85 35,3%	50 33,3%	223 34,1%
No	92 35,0%	108 44,8%	75 50,0%	275 42,0%
No se de qué se trata	83 31,6%	48 19,9%	25 16,7%	156 23,9%
Total	263 100,0%	241 100,0%	150 100,0%	654 100,0%

Nº casos: 688

Pv: 0,002

Entre los jóvenes, la distribución es muy pareja: mientras un tercio apoya al modelo, otro tercio está en desacuerdo y el último no sabe de qué se trata. Los jóvenes representan el rango etario que comprende un mayor porcentaje de personas que no saben de qué se trata el modelo (31%), mientras que dicho porcentaje disminuye 10 puntos en los adultos (20%) y aún más entre los mayores (16%). Además, a medida que aumenta la edad, una mayor cantidad de personas se ubican en el “no acuerdo con el modelo”: hay un 15% más de personas mayores que de jóvenes que respondieron negativamente al apoyo.

A continuación, se analiza el apoyo al gobierno según el nivel de instrucción.

Tabla N°2

¿Está de acuerdo con el modelo? * Nivel de Instrucción

	Nivel de Instrucción recodificada			Total
	Sin instrucción y primario	Secundario	Terciario y Universitario	
¿Está de Sí acuerdo con	30 35,7%	72 30,8%	121 35,9%	223 34,0%

el modelo?	No	32 38,1%	87 37,2%	156 46,3%	275 42,0%
	No se de qué se trata	22 26,2%	75 32,1%	60 17,8%	157 24,0%
Total		84 100,0%	234 100,0%	337 100,0%	655 100,0%

Nº casos: 688

Pv: 0.003

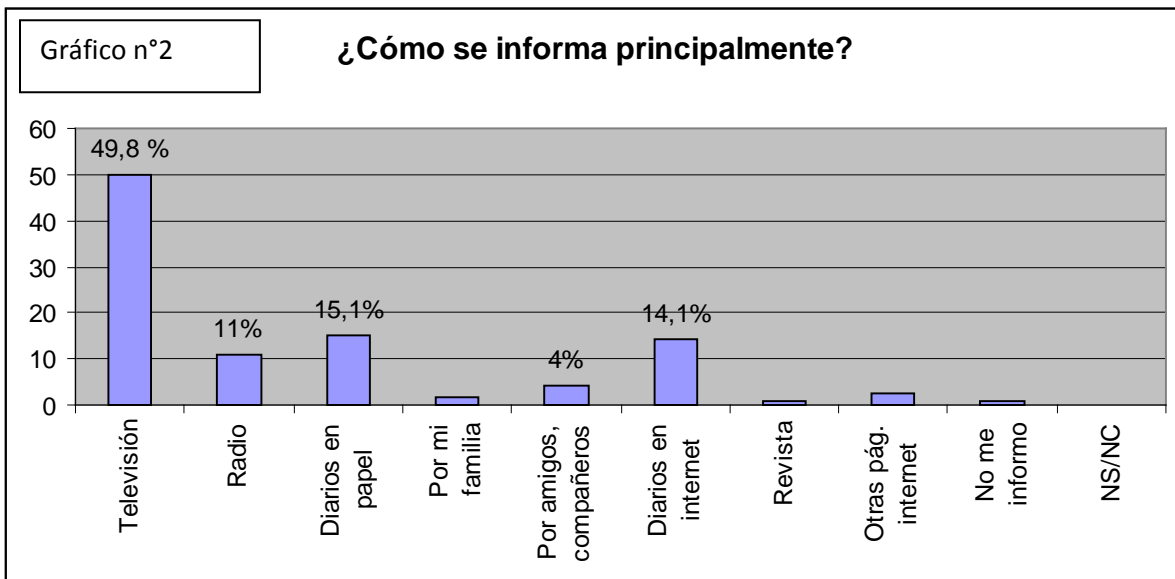
Una posible hipótesis apunta a afirmar que, a medida que aumente el nivel de instrucción, disminuirá el porcentaje de personas que no saben de qué se trata el modelo. Llama la atención el hecho de que esto no suceda: es mayor el porcentaje de personas con nivel de instrucción secundario que no saben de qué se trata el modelo (32%), en relación a aquellos que no poseen instrucción o poseen nivel primario (26%). Por otro lado, casi la mitad (46%) de quienes poseen estudios terciarios o universitarios no están de acuerdo con el modelo. Este porcentaje disminuye casi 10 puntos, tanto entre los que tienen nivel de instrucción secundario (37%) como entre quienes no poseen instrucción y poseen primario (38%).

Luego de observar los datos de los cuadros anteriores y de analizar las variables, se puede concluir que el rechazo al modelo aumenta entre los mayores y entre los que poseen mayor nivel de instrucción.

Modelo kirchnerista y medios de comunicación

No es novedad el hecho de que los medios de comunicación influyan en la opinión pública¹⁴. Vizcarra dice al respecto: “la comunicación no se concibe como un elemento complementario del quehacer político sino como parte integral de los procesos de opinión pública y construcción colectiva de la realidad” (Vizcarra, 2005). Por ello resulta interesante pensar la relación que existe entre los medios de comunicación que la población elige para mantenerse informada (variable independiente) y el grado de acuerdo con el modelo Kirchnerista (variable dependiente).

A la hora de responder acerca del medio de comunicación utilizado para informarse, casi la mitad de las personas encuestadas (49,8%) eligió, en primer lugar, la televisión.

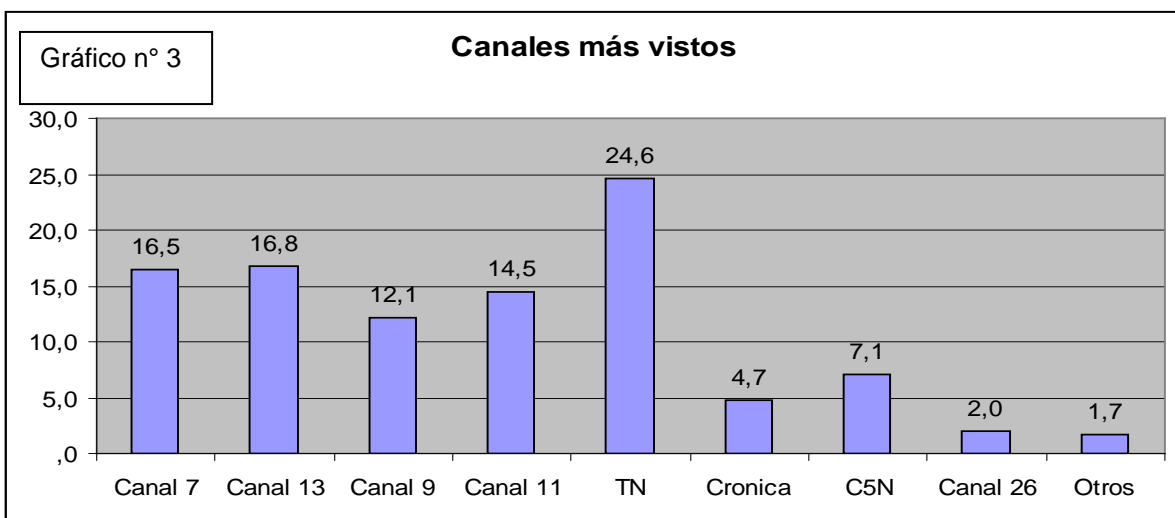


N° de casos: 654. Elaboración propia

La televisión, la radio y el diario *on line* son los soportes predilectos de los entrevistados. El bajo costo que representan para la vida de los consumidores ayuda a explicar por qué su público es tan masivo. De hecho, el cambio en la trayectoria informativa de los adultos que pasaron de leer diario en papel a informarse a través de la televisión o del diario *on line*, se debe principalmente a cuestiones económicas:

“Y no se, a lo mejor es algo mas masivo que llega a todo el mundo y dentro de todo sin un costo de todos los días” (Marisa, 47 años, secundario completo).

Por esta razón, decidimos enfocar el análisis en los principales canales de TV elegidos por la audiencia para informarse.



N° de casos 297. Elaboración propia.

Se puede observar que el 25% de los encuestados mira Todo Noticias¹⁵ y un 17%, Canal 13¹⁶. No se debe dejar de resaltar que ambos canales pertenecen al Grupo Clarín¹⁷.

En el siguiente cuadro se cruzan las variables “apoyo al modelo de gobierno” y “canales más vistos”.

Tabla N° 3

Tabla de contingencia Está de acuerdo con el modelo del gobierno * Canales mas vistos

		Canales mas vistos								Total	
		Canal 7	Canal 13	Canal 9	Canal 11	TN	Cronica	C5N	Canal 26		Otros
Está de acuerdo con el modelo del gobierno	Si	39 39,4% 83,0%	10 10,1% 20,0%	11 11,1% 30,6%	13 13,1% 31,0%	13 13,1% 18,3%	2 2,0% 15,4%	7 7,1% 33,3%	3 3,0% 50,0%	1 1,0% 20,0%	99 100,0% 34,0%
	No	7 6,7% 14,9%	17 16,2% 34,0%	11 10,5% 30,6%	10 9,5% 23,8%	39 37,1% 54,9%	6 5,7% 46,2%	9 8,6% 42,9%	2 1,9% 33,3%	4 3,8% 80,0%	105 100,0% 36,1%
	No sé de qué se trata	1 1,2% 2,1%	22 25,9% 44,0%	14 16,5% 38,9%	19 22,4% 45,2%	18 21,2% 25,4%	5 5,9% 38,5%	5 5,9% 23,8%	1 1,2% 16,7%	0 ,0% ,0%	85 100,0% 29,2%
Total		47 16,2% 100,0%	50 17,2% 100,0%	36 12,4% 100,0%	42 14,4% 100,0%	71 24,4% 100,0%	13 4,5% 100,0%	21 7,2% 100,0%	6 2,1% 100,0%	5 1,7% 100,0%	291 100,0% 100,0%

N° casos: 291 Pv: 0,000

De las personas que se consideran a favor del modelo, la mayoría miran Canal 7¹⁸ (39,4%) y Canal 11¹⁹ (11%) y, en menor medida, Canal 9²⁰ (11,1%). Por otro lado, los que están en desacuerdo se informan principalmente con TN (37,1%) y Canal 13 (16,2%). En otra palabras, el Grupo Clarin capta el 53,3% de los televidentes. De los que no saben de qué se trata el modelo, Canal 13 es también el canal más recurrido (25,9%).

Para analizar los datos, resultan interesantes tres componentes conceptuales: por un lado, entender de qué manera los medios son percibidos como creadores de *puntos ciegos* (Luchési, 2007), es decir, actores partícipes de la conformación de

una cierta cantidad de noticias y no otras, permitiendo que se recree una realidad lineal y parcial de lectura única con el objetivo de neutralizar diferencias.

“... a mi me interesa verlos [los medios], pero cuando los veo no me ayudan a informarme porque siento que no dan casi nada de información. Creo que estoy desinformada, pero no porque no vea, sino porque cuando los veo no ponen información.” (Mujer, 33 años, secundaria incompleta)

Esto complementa la idea de Bourdieu de que los medios alimentan a los “*fast thinkers*” (Bourdieu, 1997): califica de esta forma a las personas que son vistas como consumidoras de una información ya “pre-pensada” para absorberse rápido y sin cuestionamiento alguno. Efectivamente, el mismo autor plantea que el poder de la televisión radica en ser un “*catch all*”, es decir, tener la habilidad de reproducir toda la información de tipo impresionante, que polariza las opiniones y crea nuevas visiones sobre la realidad, presentando un conjunto de noticias que captan y al mismo tiempo forman la opinión pública.

La cuestión de la formación de la opinión pública está enteramente ligada a la objetividad o parcialidad de los medios de comunicación. Los discursos de los entrevistados recurrentemente plantean esto como un problema: se reconoce que no existe objetividad en los medios en tanto persiste la idea de que éstos, al igual que las empresas, presentan la información de acuerdo a sus intereses económicos y, en algunos casos, de acuerdo a su ideología política.

Siguiendo esta línea, más allá de que los medios se entiendan como parciales, existe una contradicción al creer que su influencia no incide en la opinión propia, pero sí en la de los otros miembros de la sociedad. El sentirse individualmente capacitado para captar las cosas que suceden y no pensar a los demás sujetos como competentes de hacerlo es una idea que se repite en los discursos de los entrevistados.

“No, no. No influye sobre mi [el medio de comunicación elegido], pero yo a la hora de la votar, voy viendo que es lo que cada gobierno nos puede llegar a ofrecer.” (Mujer, 33 años, secundaria incompleta)

La influencia y la parcialidad con que los medios presentan la información se perciben negativamente, como un obstáculo que se puede y se debe superar a través de un *equilibrio informativo*. Partiendo de la base de que los entrevistados encuentran diferencias ideológicas entre las distintas fuentes, el esfuerzo que representa la búsqueda de información variada se torna el paso necesario para poder lograr una visión autónoma y crítica de los hechos y obtener, finalmente, una síntesis informativa.

“...se está poniendo más en tela de juicio la información que se maneja, y cómo es el tratamiento de esa información. Si mirás TN y miras 678 y hablan de lo mismo, van a ser completamente diferente. Y ahí te das cuenta que no es una verdad absoluta que te están bajando ninguno de los dos. La idea es hacer una síntesis por tu cuenta de lo que podés incorporar de eso que ves.” (Mujer, 21 años, universitaria en curso)

Siguiendo la línea planteada anteriormente, los conceptos de continuidad y ruptura pueden también aplicarse a los medios de comunicación. Esta búsqueda del equilibrio informativo debido a la pérdida de confianza en la objetividad de los

medios es percibido como un cambio con respecto al pasado. En un plano más general, haciendo referencia a la sociedad actual, Rosanvallon (2007) acuña el concepto de “sociedad de la desconfianza”, el cual puede aplicarse a los medios de comunicación.

“...con esto de que se descubrió, bah, se descubrió...sí, se descubrió, que las noticias de Clarín ya no son como eran antes. Bueno viste, por todas estas cosas de que antes, es cierto que Clarín era como EL diario de la clase media argentina, la fuente confiable y creíble. Y bueno, después se empezaron a descubrir un montón de cosas que parece que no eran tan como se las veía en un momento.” (Hombre, 29 años, secundario completo)

“...trato de formar mi propia opinión, o sea no que me bombardeen con datos que de pronto te pueden llevar a tener una tendencia ¿no? o a tener un pensamiento tendencioso.” (Hombre, 49 años, secundario completo)

A modo de conclusión

Homogeneidad-imprecisión y continuidad-ruptura son los conceptos claves que identificamos en las percepciones sobre el kirchnerismo. Un sector de los entrevistados piensa que el modelo es coherente en sus fundamentos prácticos y teóricos, otros entienden que existe un estilo de gobierno que continúa con las líneas políticas de los gobiernos anteriores.

Es importante resaltar que, si bien cuando salimos al campo intentamos indagar acerca de qué es el modelo kirchnerista, nos encontramos con que dicho concepto se encuentra presente en el discurso de los entrevistados pero no puede definirse de forma clara. De esta manera, muchos de ellos resaltan aspectos positivos o negativos de la gestión, centrándose en aquellas medidas que les parecieron buenas o malas (como por ejemplo la Asignación Universal por Hijo, la política del dólar alto, o el manejo de los datos del INDEC, etc).

No existen grandes variaciones con respecto al apoyo o rechazo a la gestión de gobierno según la edad, pero sí surgen datos interesantes en relación al nivel educativo. De manera que surgen nuevas preguntas: ¿Por qué aumenta el desacuerdo con el modelo gubernamental a medida que aumenta el nivel educativo? ¿Por qué aumenta el desconocimiento acerca del modelo entre los que poseen nivel secundario? Intentar responderlas será cuestión de emprender próximas investigaciones.

En relación a los medios de comunicación, las personas creen necesario informarse a través de varios medios, lo cual genera la sensación de poder elaborar opiniones más objetivas acerca de los temas instaurados por la agenda mediática. Sin embargo, se descrea en general de que tal objetividad sea posible de encontrarse en los medios de comunicación, ya que socialmente son percibidos como grupos ligados a ciertos intereses económicos y simbólicos, y, por tanto, más interesados por reproducir una ideología en la opinión pública que por proveer información útil y reflexiva sobre la realidad.

Las personas eligen la televisión como medio predilecto para informarse, variando de canales y programas según su gusto. Podemos concluir que la agenda mediática influye en gran medida sobre los temas acerca de los cuales nos mantenemos informados. Dicha influencia también es significativa a la hora de ubicarnos en una determinada postura frente a la política actual: observamos que la mayor parte de las personas que miran Canal 7 se ubican dentro del grupo que está de acuerdo con el modelo kirchnerista, mientras que los que miran TN o C5N se ubican entre los que están en desacuerdo con el mismo.

Notas

¹ El análisis temático es una herramienta de análisis usada en la investigación cualitativa. Lo esencial del método es identificar la esencia de un fenómeno, transformar la experiencia vivida de los entrevistados en una expresión textual.

² Carlos Menem, actual Senador por La Rioja, fue Presidente de la Argentina entre 1989 y 1999. En 2003, nuevamente presentó su candidatura a Presidente por el Partido Justicialista (coalición Frente por la Lealtad).

³ Ley de asignación universal por hijo(1/11/09: <http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-156883-2010-11-15.html> (actualizado al 3/6/2011)

⁴ Ley de matrimonio igualitario (15/07/2010): http://es.wikipedia.org/wiki/Matrimonio_entre_personas_del_mismosexo_en_Argentina (actualizado al 3/6/2011)

⁵ Ley de medios audiovisuales: <http://www.lanacion.com.ar/1185140-la-disputa-por-la-ley-llega-a-la-justicia> (actualizado al 3/6/2011)

⁶ Ley de glaciares (en debate): <http://www.lagaceta.com.ar/nota/401073/Argentina/Que-dice-ley-glaciares.html> o <http://www.ncn.com.ar/notas/7321-la-ley-de-glaciares-se-aprobo-en-general.html> (actualizado al 3/6/2011)

⁷ Ley de Reforma política (en debate): <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:aBTqn-QL6CgJ:www.cpcesla.org.ar/doc/boletin/417/> (actualizado al 3/6/2011)

⁸ Ley de prohibición de megaminería a cielo abierto (ley 9526): <http://www.ccaricordoba.com.ar/ultimas-noticias/mineria-a-cielo-abierto-a-schiarretto-no-le-importa> (actualizado al 3/6/2011)

⁹ Ley 125 : <http://www.26noticias.com.ar/retenciones-que-dice-la-resolucion-125-69013.html> (actualizado al 3/6/2011)

¹⁰ Intervención del INDEC: <http://www.diarioperfil.com.ar/edimp/0206/articulo.php?art=3898&ed=0206> (actualizado al 3/6/2011)

¹¹ Ley de estatización de jubilaciones (21/8/08): http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1072498 (actualizado al 3/6/2011)

¹² Paritarias: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-168610-2011-05-22.html> (actualizado al 3/6/2011)

¹³ Problema con las reservas del Banco Central: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1211935 (actualizado al 3/6/2011)

¹⁴ “El espacio público se presenta como el lugar de surgimiento de la opinión pública, que puede ser manipulada y deformada, pero que constituye el eje de la cohesión social, de la construcción y legitimación (o deslegitimación) política” (Boladeras Cucurella, 2001).

¹⁵ **Todo Noticias** (TN) es un canal de noticias por televisión por cable que ocupa los primeros puestos en los índices de audiencia del segmento, comenzó su transmisión en Junio de 1993.

¹⁶ **Canal 13** es uno de los principales canales de aire de la televisión argentina y uno de los cinco canales que transmite desde la Ciudad de Bs. As, comenzó su transmisión en Octubre de 1960

¹⁷ El grupo **Clarín** es el multimedio más grande de la Argentina, conformado en 1999. Integra al Diario Clarín, Radio Mitre, Canal 13 y la señal de cable Todo Noticias (TN)

¹⁸ También conocido como **TV Pública**, es un canal de televisión estatal de Argentina, una de las cinco principales emisoras de aire del país y el de mayor cobertura nacional a través de repetidoras, con sede en la Ciudad de Buenos Aires.

¹⁹ **Canal 11** (TELEFE) es uno de los principales canales de la televisión argentina. Comenzó su señal en 1961 y pertenece al grupo español Telefónica.

²⁰ **Canal 9** es un canal de televisión de aire argentino, uno de los cinco canales más importantes del país. Se emite bajo la licencia LS 83 TV, en el canal 9 de VHF en la ciudad de Buenos Aires. Es propiedad de Alba Communications Group LLC, la compañía del empresario mexicano Remigio Ángel González.

Bibliografía

- Beck, Ulrich y Elisabeth Beck- Gernsheim (2003). *“La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas”*. Barcelona: Paidós.
- Boladeras Cucurella, Margarita. (2001). *“La opinión pública en Habermas”*. Universidad de Barcelona, Facultad de Filosofía, Barcelona.
- Bourdieu, Pierre (1997). *“Sobre la televisión”*. Barcelona: Anagrama
- Luchessi, Lila y Maria. Cetkovich Bakmas, Gabriel (2007) *“Fronteras globales: cultura, política y medios de comunicación”*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones

-
- Quiroga, Horario (2010). *“La republica desolada. Los cambios políticos en la Argentina (2001-2009)”*. Buenos Aires: Edhasa.
 - Rosanvallon, Pierre. (2007). *“La contrademocracia. La política en la era de la democracia”*. Manantial.
 - Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo. (1994). *La comparación en las ciencias sociales*. Madrid: Alianza.
 - Sautu, Ruth (2005). *“Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología”* Buenos Aires: CLACSO.
 - Sidicaro, Ricardo. (2010). *Los tres peronismos. Estado y poder económico 1946-1955, 1973-1976, 1989-1999*. Buenos Aires: Siglo XXI
 - Vizcarra, Fernando. (2005). *Opinión pública, medios y globalización. Un retorno a los conceptos culturales*. Universidad Autónoma de Baja California, México.
 - Weber, Max. (2004). *Economía y sociedad*. México: Fondo de cultura económica.

Sitios Web:

- <http://www.pagina12.com.ar/diario/principal/index.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Matrimonio_entre_personas_del_mismosexo_en_Argentina
- <http://www.ncn.com.ar/>
- <http://www.consejosalta.org.ar/>
- <http://www.ccaricordoba.com.ar>
- <http://www.lanacion.com.ar>
- <http://www.diarioperfil.com.ar>
- <http://www.26noticias.com.ar>