

# Capitalismo Financiero y Comunicación

Francisco Sierra Caballero  
Francesco Maniglio  
(Coords.)

EDICIONES  
**CIESPAL**

## **Capitalismo Financiero y Comunicación**

Francisco Sierra Caballero

Francesco Maniglio

(Coords.)

### **Ciespal**

#### **Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina**

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011

[www.ciespal.org](http://www.ciespal.org)

<http://ediciones.ciespal.org/>

*Primera edición*

Diciembre de 2016

Quito, Ecuador

ISBN: 878-9978-55-152-3

*Edición*

Noemí Mitter

*Diagramación*

Arturo Castañeda Vera

*Ediciones Ciespal, 2016*

*Traducción*

Federica Soro

Gabriel Torem

*Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.*



*Reconocimiento-SinObraDerivada*

*CC BY-ND*

*Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.*

## **Contenido**

**Introducción** 9

*Francisco Sierra Caballero y Francesco Maniglio*

### **Parte I. Economía del conocimiento y valorización financiera del Capital**

**Capitalismo cognitivo y economía del conocimiento.  
Una perspectiva histórica y teórica** 17

*Carlo Vercellone*

**Trabajo y plustrabajo en la sociedad del conocimiento.  
Algunas evidencias desde los procesos de  
financiarización de la economía** 51

*Francesco Maniglio*

**Economía colaborativa y lucha de clases** 79

*Carlo Formenti*

**La financiarización de la economía y la nueva  
estructura de la desigualdad** 89

*Angelo Salento y Joselle Dagnes*

### **Parte II. Comunicación, tecnología y nuevas formas de financiarización de la economía**

**Capitalismo financiero y estado nacional de excepción.  
El papel de la comunicación social en la acumulación por  
desposesión** 119

*Francisco Sierra Caballero*

<b>Encefalización anormal en la era del aprendizaje automático</b>	<b>145</b>
<i>Matteo Pasquinelli</i>	
<b>El papel del conocimiento en la reestructuración del capitalismo: entre el neodifusionismo y la economía social del conocimiento</b>	<b>165</b>
<i>Javier Moreno Gálvez</i>	
<b>Parte III. El poder de la comunicación para la valorización del capital financiero</b>	
<b><i>Think tanks</i> y neoliberalismo</b>	<b>195</b>
<i>Núria Almiron</i>	
<b>El papel de la Reputación Corporativa como intangible fundamental en la valoración de empresas.</b>	<b>221</b>
<i>Sonia Aránzazu Ferruz González</i>	
<b>Medios de comunicación y crisis económicas: representación discursiva de las audiencias</b>	<b>259</b>
<i>Damián Fernández Pedemonte y Felicitas Casillo</i>	
<b>El capitalismo financiero y la cartelización mundial del fútbol a manos de tres grandes conglomerados estadounidenses</b>	<b>283</b>
<i>Marcos Dantas y Denise Maria Moura da Silva Lopes</i>	
<b>Índice de autores</b>	<b>319</b>

# **Medios de comunicación y crisis económicas: representación discursiva de las audiencias**

*Damián Fernández Pedemonte*

*Felicitas Casillo*

## **Comunicación, política y economía: una interdependencia creciente**

Desde las últimas décadas del siglo xx y durante el comienzo del siglo xxi puede observarse una aceleración del fenómeno de la “desmaterialización” de la actividad económica. Este proceso se caracteriza por la creciente desvinculación de los capitales financieros y los diferentes procesos productivos. Estos fenómenos integran el concepto de “Economía de la Información” (Arrow, 1996). Esta se basa esencialmente en transacciones financieras virtuales, resultado de intercambios de informaciones, a las que se les suma el incremento de la participación de los ciudadanos en el sistema económico. La nueva economía se desarrolla a escala global, acoplada a un sistema de comunicación que permite el acceso a la información de los tomadores de decisiones, independien-

temente de su posición social. Mediante la comunicación se globalizan los mercados y se aceleran los procesos económicos y financieros. Por esto, actualmente, quizás más que en décadas pasadas, las crisis financieras acarrearán consecuencias políticas y sociales devastadoras, porque son ahora crisis axiales al sistema. Sus consecuencias son inmediatas y perceptibles para la ciudadanía. Al referirse a estos procesos de inestabilidad económica, el discurso periodístico hace circular acuñaciones como “pánico”, “confianza”, “incertidumbre”, “temor”. Estos vocablos se ligan a elementos o procesos indispensables en una economía de la información, pero no suelen ser suficientemente explicados desde una óptica económica para los protagonistas de ese mismo sistema. Parece necesario, entonces, para alcanzar la comprensión de estas crisis, estudiar el aspecto comunicacional, centro mismo de su propagación. La presente investigación se basó, por un lado, en la crisis económica y financiera que atravesó la República Argentina en el año 2001-2002, y por otro lado, en la crisis internacional financiera que empezó en 2007-2008. El abordaje dado a ambas coyunturas fue histórico comparativo. Dentro de un mismo período de tiempo y a pesar de responder a contextos diversos, ambas crisis mantienen similitudes, e incluso podrían presentarse como parte un mismo proceso crítico e histórico de la economía mundial. En ambos casos, el sistema de información se vinculó de forma específica al sistema político y al financiero. La interdependencia de los sistemas financiero, político y mediático, tanto en el orden local como en el global, aumentó la complejidad de la gestión de los procesos de crisis y de estabilización y ajuste de expectativas.

Además de implicar a la industria cultural, el de la información es un sistema complejo de producción y distribución de textos que expresan las posiciones de diversos actores sociales, incluyendo los propios medios, de forma más o menos implícita, y son consumidos por audiencias múltiples, con diversa aproximación a los problemas financieros. Este sistema de comunicación se encuentra administrado por jugadores que realizan diferentes estrategias persiguiendo intereses, rutinas y motivaciones propias del sector, y reciben, a su vez, la influencia de

otros jugadores no mediáticos como pueden ser bancos, instituciones y organismos financieros, empresarios, sindicatos, políticos, organismos gubernamentales, etc.

El sistema informativo atraviesa hoy en día transformaciones que le son propias, además de establecer conexiones intersistémicas: existe, por ejemplo, una creciente convergencia de medios, que acompaña la globalización económica, que se funda en la creencia de que, como consecuencia de la digitalización de la información, el contenido será accesible desde cualquier lugar y en todo momento para cualquier ciudadano del mundo, conectado a un costo bajo.

Finalmente, el sistema financiero globalizado se ha vuelto más permeable a los actores individuales, por ejemplo, ciudadanos no especializados en asuntos económicos que carecen de la formación para decodificar el léxico crítico de las finanzas: ahorristas, dueños de pequeñas empresas, productores, etc.

Cabe preguntarse entonces, ¿cuál fue la recepción prevista por los medios en relación con el origen, desarrollo, gestión y resolución de una crisis financiera? Este problema se abordó a partir del análisis textual del sistema informativo, en su relación con los sistemas económico y político, entre los que existe, como se afirmó, una mutua dependencia dentro del espacio público.

En los procesos relacionados a la economía de la información del siglo XXI hay una distancia cada vez mayor entre el sistema financiero y el sistema productivo. Contar con información pertinente durante el proceso de transacciones resulta cada vez más decisivo aunque estas se realicen sobre todo en un plano virtual. En este contexto, el sistema financiero resulta cada vez más complejo y autorreferencial, gestionable solo por expertos. Además de concretarse el intercambio de capitales, la misma condición de poder se consolida en el mercado, en la medida en que se administra un recurso indispensable y se instaura una relación de superioridad respecto del común de las personas. Más aún en el caso de transacciones líquidas, que pueden repercutir de forma diversa para unos y otros: ganancias colosales o pérdidas.

En la Economía de la Información, se incrementó también, como se mencionó, la injerencia de ciudadanos comunes. El mercado se conforma, muchas veces, por sociedades cuyo capital se distribuye entre millones de pequeños usuarios, quienes, además, negocian sus propias carteras de inversores y toman decisiones que en conjunto repercuten en el nivel económico financiero general, como por ejemplo, cómo “capitalizarse” para enfrentar la jubilación o la extracción de fondos del sistema bancario en determinados contextos de crisis. En definitiva, la globalización de los mercados es interdependiente con la globalización de la comunicación.

En estas tres notas del sistema financiero –la Economía de la Información, la participación de personas comunes y la Globalización– se evidencia el rol fundamental y transversal de la comunicación. Resultaría beneficioso, porque alentaría el ejercicio de la libertad y elevaría la calidad democrática, que los grandes actores de la actividad financiera y los medios de comunicación aseguraran la difusión de información útil, clara, oportuna y equitativa. La complicación creciente del sistema financiero no lo transforma en un proceso autosuficiente, por más que así aparezca en comunicaciones mediáticas. Siempre hay actores que se encuentran en la cúspide de la toma de decisiones y, por lo tanto, con mayor responsabilidad social.

La penetración del sistema financiero globalizado en la organización política de los países y en la vida de los ciudadanos, y la interpenetración de este sistema con el sistema de información, hacen de él un punto neurálgico de las sociedades democráticas contemporáneas. Estudiar el papel de los medios de comunicación y de las estrategias de comunicación de los jugadores públicos durante las crisis financieras parece especialmente relevante en países con sistemas económicos y políticos de precariedad institucional, como es el caso de la Argentina, donde la comunicación pública suele tener una función determinante en la evolución de los procesos políticos críticos.



Al comparar dos coyunturas de crisis, la siguiente investigación constituye un aporte al estudio de las transformaciones que se están desarrollando en el mundo de la información. A pesar de la compleja y profunda relación del sistema financiero con la comunicación, por la influencia que factores como la “confianza” o la “certidumbre” tienen en su desempeño, las disciplinas interesadas por la comunicación pública le han dedicado insuficiente atención.

En las investigaciones sobre medios de comunicación realizadas dentro de la tradición del Análisis de Discurso son infrecuentes en el contexto latinoamericano dos tipos de extensiones que fue posible concretar en este proyecto de investigación. Primero, la de combinar el Análisis del Discurso con el Análisis de Contenido Estadístico, que constituye un primer filtro analítico, no interpretativo, y que permite relevar el contenido expreso de los textos. Segundo, sumar a las categorías de análisis semiótico de procedencia francesa (la Teoría de la Enunciación, la noción de Representaciones Sociales), otras categorías de origen anglosajón, como los temas de agenda o los encuadres cognitivos (*frames*) de la información. Para esto se trabajó con la Teoría del Framing o encuadre. Los fundamentos de esta teoría se hallan en la sociología interpretativa: el Interaccionismo simbólico, la Fenomenología y la Etnometodología, aunque ha sido aplicada ampliamente en los estudios de comunicación. Sus búsquedas implican la descripción de la construcción social de la realidad y la producción de sentido.

## **Simulacros textuales de los públicos**

Los medios de comunicación no solamente escenifican y narran la realidad, sino que a la par construyen modelos interpretativos que tanto los medios como las audiencias retienen de forma más o menos consciente para futuras situaciones informativas similares. En un análisis anterior al presente (Fernández Pedemonte, 2010), se sugiere que, du-

rante el tratamiento mediático de las protestas sociales ocurridas el 19 y 20 de diciembre de 2001, las imágenes sobre los hechos y los actores protagonistas, que los medios de comunicación difundieron, tendían a construir ciertos estereotipos de la policía, los manifestantes y las fuerzas políticas, mediante la redundancia, valoración u omisión en algunas etapas. En este caso se construyeron y circularon modelos interpretativos convergentes desde una perspectiva psicosocial. En dicha coyuntura también se observó cierta dificultad de los medios para explicar qué estaba aconteciendo realmente. En parte esta carencia se debió a la vertiginosa sucesión de hechos noticiosos y a las rutinas de cobertura más o menos eficientes. Existió, por ejemplo, una dificultad para etiquetar a los actores y calificar sus acciones. Primero fueron representados los ‘saqueos’, relacionados exclusivamente con actores marginales despersonalizados, sin embargo al día siguiente el relato ascendió a un nivel político más complejo y solamente fueron representados los ciudadanos que protagonizaban cacerolazos en sitios de connotación política alta, como por ejemplo la Plaza de Mayo, emblemática plaza central de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que se encuentra junto a la casa de gobierno. A diferencia del anterior, este segundo tipo de actor fue presentado de manera personalizada como ciudadano de clase media, comprometido con asuntos políticos.

En cierta medida, la presente investigación continuó esta línea de análisis pero en este caso se focalizó no en los hechos sociales, sino en la información económica. Algunas de las preguntas que surgieron a partir de las conclusiones de aquella primera investigación, giraron en torno a si los diarios habían alertado a esos actores sobre la crisis que se estaba gestando; si aquellas publicaciones tematizaron los acontecimientos como críticos con antelación suficiente; y finalmente, hasta qué punto brindaron información económica a esos jugadores que no eran expertos en la materia.

Para responder a estas preguntas fue analizado el Pacto de Lectura propuesto por cada publicación. El concepto de Lector Modelo (Eco, 1987) resulta relevante en tanto que una de las variables de análisis fue la

del Destinatario de los textos periodísticos. El concepto de Lector Modelo consiste en que un texto alberga un conjunto de artificios expresivos que el destinatario debe actualizar. En la medida en que debe ser actualizado, un texto está incompleto y espera la cooperación de un lector. El destinatario debe realizar una cooperación con el código planteado por el autor. Al decir de Eco, “un texto es un mecanismo perezoso [o económico] que vive de la plusvalía de sentido que el destinatario introduce en él”. En este caso, los simulacros de destinatario fueron de dos tipos: experto o inexperto.

En síntesis, el Lector Modelo es la hipótesis del autor sobre las competencias del lector, en tanto que el Autor Modelo, figura contrapuesta pero que forma parte de un mismo proceso, es la hipótesis que el lector proyecta sobre el autor a partir de marcas en el texto, como son el estilo personal y las referencias al sujeto de la enunciación. La lectura es entonces un pacto por medio del cual un lector realiza ciertas inferencias sobre el texto. El propio Eco explicó en otra obra (1990) que en realidad existen al menos dos Lectores Modelo: el lector semántico, aquél que relaciona el significado con la manifestación lineal del texto y el lector crítico que se pregunta por las razones estructurales para producir la interpretación.

La nociones de Autor y Lector Modelo y de Pacto de Lectura, provenientes de la Semiótica, se vinculan con la concepción lingüística de la Teoría de la Enunciación francesa en lo que respecta a las figuras discursivas de los diversos enunciadores que aparecen en los textos y, sobre todo, la previsión de sus destinatarios (Benveniste, 1966; Ducrot, 1984; Kerbrat-Orecchioni, 1986; Manetti, 1995).

La figura del Lector Modelo y la de destinatario de la Enunciación se relacionaron en este caso con la aparición pública del “ahorrista”, ya que este es uno de los simulacros previstos en los textos. Identificado como aquel ciudadano de conocimiento económico limitado pero con intereses inmediatos en el sistema económico financiero, la figura del ahorrista apareció en la Argentina a partir de medidas del Gobierno nacional entre diciembre y febrero de 2002, con las cuales se restringió

el acceso a los depósitos bancarios, fenómeno conocido popularmente como 'corralito'. Durante la década anterior a la de la crisis descrita, el sistema financiero argentino había atravesado un proceso de concentración y extranjerización, y sin embargo fue poco tiempo después cuando emergió este nuevo actor, distinguible como público y relacionado con ciudadanos comunes que se mostraban particularmente vinculados a posibles acciones sobre el sistema (Liuzzi, 2008).

La noción de público es otro de los conceptos relevantes para la presente investigación. Fue desarrollada por autores europeos como Sonia Livingstone y Daniel Dayan (Livingstone, 2005), entre otros. Se trata de audiencias que comparecen en el espacio público y se manifiestan sobre *issues* que los afectan directamente. De comprobarse la emergencia de estos públicos, y no solo su función de fuente o de objeto de representación textual en las noticias, sería posible reconsiderar a los medios en tanto activadores de la movilización en lugar solo de su más estudiado rol narcotizante.

Este estudio se enriquece con la teoría de los casos mediáticos conmocionantes (Fernández Pedemonte, 2016b), permitiendo aportar nuevos enfoques sobre el tema. Durante el período que duran los casos, las audiencias, especialmente sensibilizadas por un asunto que está fuera del control de la institución política, son proclives a las manifestaciones públicas de protesta: requieren soluciones, plantean preguntas, opinan, emiten juicios, se interesan y exigen cambios. Desde esta sociabilidad propiciada por el ecosistema mediático se accede a la mencionada condición de público que, a diferencia de la de mera audiencia, debe emerger de un debate, manifestarse a través de la presentación a otros públicos, caracterizarse por la lealtad a valores en relación con el bien común, ser capaz de transformar sus gustos en demandas y existir de manera reflexiva (Dayan, 2001).

## **Justificación y diseño metodológico**

Las crisis financieras tienen una dimensión comunicativa y mediática que debería ser analizada sobre la base de la diferencia entre los ‘mercados’ (audiencias de ‘especialistas’) y los ‘ahorristas’ (audiencias de ‘no especialistas’). Una gran dificultad que tienen los medios a lo largo de las crisis es la necesidad de plantear una comunicación en dos niveles diferentes o dirigidos hacia dos tipos diversos de audiencias. La dificultad radica, entre otras cosas, en que estas audiencias no pueden ser aisladas una de otra, con lo cual, hay ‘mensajes no dirigidos’ a cada una, que de todos modos llegan a esos receptores no destinatarios. Por lo tanto, si hay dos tipos de públicos o de audiencias, los mensajes que les llegan deberían significar aportes sustanciales para los objetivos de cada audiencia y al mismo tiempo deberían corresponderse con su capacidad de comprenderlos.

La presente investigación consideró que los textos necesitaban un Destinatario Experto cuando abundaban en tecnicismos o explicaban mecanismos económicos o financieros, en términos de los profesionales del sector. El Destinatario Inexperto, por el contrario, era aquel que podía comprender la información que se le dirigía, sin abandonar su horizonte social de comprensión.

## **Hipótesis de trabajo y objetivos**

La comunicación pública, entonces, afectaría la dinámica de la crisis financiera en tanto y en cuanto las diferencias entre las expectativas, las percepciones, las interpretaciones y las decisiones de los ‘especialistas’ (mercados), por un lado, y de los ‘no especialistas’ (ahorristas), por otro, determinen los cambios abruptos del sistema dentro del contexto de crisis y, de este modo, condicionen la entrada y la salida de la crisis.

Los objetivos de la investigación fueron en primer lugar identificar y analizar los modelos interpretativos generados y puestos en circulación por los medios de comunicación en diversos textos informativos. En segundo lugar fue diferenciar los distintos tipos de destinatarios que prevén las noticias y el grado de especialización de sus respectivos lectores modelos. Se trabajó con un *corpus* de noticias y de textos publicados en diarios argentinos, sobre los que se aplicó una matriz de análisis derivada de la Teoría de la Enunciación.

De acuerdo con el *corpus* de noticias seleccionado, se extrajeron las “versiones” que cada uno de los jugadores presentó públicamente acerca del problema y de la solución del problema. Las “versiones” son representaciones formadas por conjuntos de noticias, acontecimientos y acciones en las que se plantea, desde el punto de vista de cada jugador, su propia visión del problema y de la solución posible.

Se partió de un estudio de la cobertura hecha por los medios gráficos de la crisis financiera argentina de los años 2001-2002 (muestra principal) y del proceso de crisis financiera mundial, desde el segundo semestre de 2007 a 2009 (muestra de contraste).

De los medios gráficos se eligieron, para la muestra principal, los diarios argentinos *Clarín*, *La Nación*, *Página 12* y *Ámbito financiero*, por ser los de mayor tirada, los más leídos por los tomadores de decisiones económicas o políticas y los de mayor especialización en temas económico-financieros. Al mismo tiempo estos medios aportaron a la muestra diversas perspectivas ideológicas. En el caso del diario *La Nación* la muestra fue más acotada que en el resto de las publicaciones. Esto se debió a las complicaciones para obtener los archivos originales de los artículos: al momento de comenzar la investigación (marzo 2011) había pasado más de una década de la crisis y los soportes digitales del diario no contaban con todos los textos digitalizados.

Sobre la base de la lectura exploratoria de los medios escogidos y de otras fuentes, como otras publicaciones referidas a la crisis, se elaboró una línea del tiempo con los hitos de mayor relevancia pública, en orden cronológico.

Con los medios escogidos se confeccionó una muestra intencional que incluyó una semana previa y la semana completa a partir de algunos de los acontecimientos definidos como cruciales en la línea del tiempo, desde fines de 1999, cuando se registran los primeros antecedentes de la crisis hasta fines de 2002 cuando el ministro de Economía Roberto Lavagna levantó las restricciones sobre los depósitos bancarios.

Esta muestra se analizó con una doble técnica, cuantitativa, de Análisis de Contenido y, cualitativa, de Análisis de Discurso. Con la primera se buscó describir los textos y relevar su contenido manifiesto. Con la segunda se buscó reconstruir la enunciación.

Las matrices de análisis elaboradas para la recolección de datos incluyeron categorías que permitieron dar cuenta de los modelos descriptivos y explicativos sobre el origen, el desarrollo y la superación de la crisis suministrados por los medios, los orígenes y fuentes de las diversas versiones sobre los principales episodios que circularon en los medios, las representaciones textuales de los principales actores del proceso, y los destinatarios, es decir, las diversas hipótesis de recepción de sus textos, construidas por los medios.

Como se dijo, a esta muestra se sumó otra de contraste, conformada por una selección de noticias publicadas en los mismos medios nacionales o extranjeros de la muestra anterior, sobre el proceso de crisis global, desde el segundo semestre de 2007 a 2009. El motivo de este segundo *corpus* fue advertir diferencias en las formas de comunicar información económica con el paso del tiempo y el cambio de contexto.

## La muestra

La muestra se construyó por medio de palabras clave relacionadas a ambas crisis a partir de los hitos en que se desarrolló el conflicto. Estos fueron elegidos teniendo en cuenta los acontecimientos económicos, po-

líticos y sociales más relevantes. Luego se discriminó entre las piezas informativas y se analizaron solo aquellas que hacían referencia directa al conflicto.

## VARIABLES DE LA MATRIZ DE ANÁLISIS

- *Destinatario experto*: se consideró que la pieza informativa requería un destinatario experto cuando para su comprensión era necesario conocimiento de acontecimientos previos solo mencionados o directamente no aludidos en la nota. También, cuando se incluían tecnicismos que no eran suficientemente explicados, ni se ahondaba en las repercusiones de las medidas económicas en la economía doméstica.
- *Destinatario inexperto*: se consideró que la pieza informativa requería un destinatario inexperto cuando para su comprensión no era necesario el conocimiento de acontecimientos previos o cuando las alusiones a acontecimientos previos eran explicadas. También, cuando se explicaba suficientemente los tecnicismos económicos y se ahondaba en las repercusiones cotidianas de los acontecimientos económicos.
- *Extensión*: se contabilizó por párrafos.
- *Sección*: sección del diario donde se encontraba la pieza informativa: Política, Economía, Sociales, etc.
- *Enfoque*: por esta variable se consideró cuál era el *frame* temático de la nota, el campo desde el que se abordaba el acontecimiento: político, económico, técnico o social.
- *Tono*: esta variable sirvió para establecer un nivel pragmático del discurso por parte del enunciador. Explicativo –si el periodista realizaba un esfuerzo por hacer comprensible la información–, descriptivo –si se observaban detalles acerca de procesos pero no se ahondaba en explicaciones–, argumentativo –cuando el conte-



- nido estaba editorializado y se argumentaba en favor de una tesis.
- **Tema:** tópico de la noticia, en general provisto por alguna de las parte del encabezado.
  - **Metáfora:** palabra o concepto con que se etiquetaba el proceso. Ejemplo: cambio, crisis, catástrofe, cambio abrupto, conflicto. Esta variable se vincula con la de Enfoque.

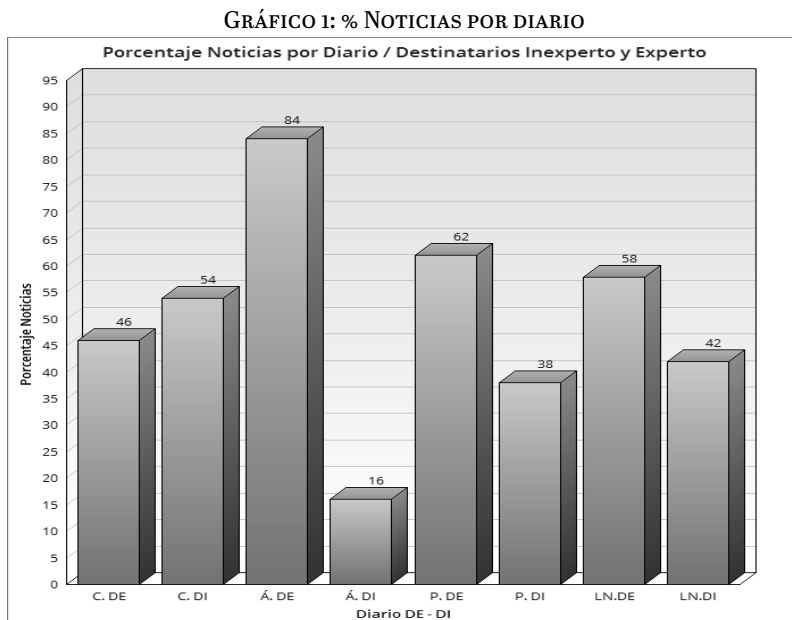
## Relevamiento del *corpus*

Durante la crisis de 2001, la información estuvo dirigida sobre todo a un destinatario experto. Si bien los porcentajes de piezas informativas con destinatario experto no son amplia mayoría, la cantidad de artículos con destinatario inexperto pero con tono explicativo son un porcentaje muy bajo. Esto representa un problema para las audiencias porque los artículos destinados a inexpertos versaban sobre asuntos que repercutían en la vida cotidiana, como precios, movimientos bancarios, consecuencias sobre la situación financiera del Estado, etc. Estos asuntos cotidianos no fueron suficientemente explicados por las publicaciones.

TABLA 1: % NOTICIAS POR DIARIO Y DESTINATARIO

Clarín   C 2001	65 n DI	55 n DE	6 n TE / 65 n
Ámbito   C 2001	12 n DI	60 n DE	0 n TE / 12 n
Página 12   C 2001	20 n DI	33 n DE	0 n TE / 20 n
La Nación   C 2001	10 n DI	14 n DE	1 n TE / 10 n

\*n: Noticias; DI: Destinatario Inexperto; DE: Destinatario Experto; TE: Tratamiento explicativo.



\*C: Clarín; Á: *Ámbito Financiero*; P: *Página 12*; LN: *La Nación*.

TABLA 2: % NOTICIAS POR DIARIO Y DESTINATARIO

Clarín   C 2008	4 n DI	5 n DE	0 n TE / 4 n
Ámbito   C 2008	4 n DI	21 n DE	0 n TE / 4 n
Página 12   C 2008	19 n DI	9 n DE	0 n TE / 19 n
La Nación   C 2008	3n DI	21 n DE	0 n TE / 3 n

\*n: Noticias; DI: Destinatario Inexperto; DE: Destinatario Experto;  
TE: Tratamiento explicativo.

### *Diario Clarín*

En el caso del diario *Clarín* la destinación experta e inexperta por parte del diario estuvo relativamente equiparada (65 DI; 55 DE). Sin embargo,

del total de noticias con Destinatario Inexperto solo 6 mantuvieron un Tono Explicativo. Si bien la información compleja se simplificó, no se observa un esfuerzo por explicar procesos económicos y financieros al público afectado. Esta ambivalencia entre una noticia destinada a un público inexperto pero que sin embargo no implica un Tono Explicativo es posible debido a que, por ejemplo, muchas noticias no requerían la comprensión de acontecimientos pasados ni adelantaban consecuencias, pero sin embargo el autor permanecía en un nivel descriptivo.

En el caso de las siguientes noticias, por ejemplo, no se observó una suficiente explicación al destinatario común (que coincide con la figura de 'ahorrista') de hechos que afectarían tanto política como económicamente a la Argentina y a sus ciudadanos. En todos los casos actores nacionales sostenían negociaciones con actores o procesos internacionales, sin embargo no se especificó qué consecuencias tangibles y cotidianas acarrearían a los habitantes del país:

- 12.12.2000: De la Rúa negó cambios, pero elogió a Cavallo ante la UCR<sup>95</sup>
- 18.12.2000: De la Rúa anuncia hoy el blindaje financiero
- 16.3.2001: Sale hoy, por decreto, el ajuste de López Murphy

En otros casos, el encabezado de las notas hacía referencia a procesos bursátiles o financieros abstractos que, sin embargo, afectarían a pequeños ahorristas. En dichos casos tampoco se explicitaron las consecuencias para los ciudadanos:

- 19.03.2001: La City apuesta a que puede cambiar el clima de los mercados

---

95 Domingo Cavallo fue Ministro de Economía de la Argentina de 1991 a 1996, siendo presidente Carlos Menem, y el presidente Fernando De la Rúa lo convocó nuevamente el 20 de marzo de 2001, a pesar de la resistencia de su partido (UCR) por sus antecedentes liberales ortodoxos. Su antecesor fue Ricardo López Murphy a quien obligó a renunciar la protesta social ocasionada por el drástico ajuste fiscal que intentó aplicar.

- 28.4.2001: Después de los anuncios, el Fondo Monetario quiere hablar de la deuda
- 1.12.2001: Cavallo dijo que el canje de la deuda superó US\$ 50.000 millones

Respecto de la variable ‘uso de metáforas’, *Clarín* etiquetó 53 artículos como Cambio, mientras que solo en 41 casos denominó el contexto como Crisis. En el resto de las ocurrencias, alternó entre metáforas de Negociación y Pacto. Con relación al enfoque, en 57 casos fue político, mientras que en 49 casos el enfoque fue económico. Esto resulta llamativo porque 92 de los artículos estuvieron en la sección de Economía del diario, por lo tanto una parte considerable de las noticias habría mantenido un enfoque distinto al anunciado por la sección. Pero con respecto a los Temas, solo 37 artículos contaron con temas políticos. Por ende, una parte considerable de los artículos que estaban en la sección Económica, tuvieron un enfoque político, aunque no todos ellos eran sobre temas abiertamente políticos. Esto sugiere que se han cubierto temas económicos bajo una óptica política. Finalmente, 97 artículos tuvieron una extensión mediana o larga, de cinco o más párrafos.

En el caso de la crisis internacional 2007-2009, la cobertura fue previsiblemente menor y por ende la muestra, al ser de contraste, también fue más restringida. *Clarín* conservó, sin embargo, la paridad entre diferentes tipos de lectores, pero no asumió un tono más explicativo acerca de procesos económico/financieros.

- 03/10/2008: Cristina habló de “efecto jazz” en la ONU: “Hoy la crisis arranca en la primera potencia”
- 21/01/2008: Juró Obama: “seguimos siendo la Nación más rica y poderosa de la tierra”
- 30/01/2009: La crisis económica de EEUU, en la mira de todo el mundo

## **Diario *Ámbito Financiero***

En el caso de esta publicación especializada en asuntos económicos era esperable que la destinación experta superara a la inexperta. Ciertamente, fue esta la diferencia más significativa (12 DI; 60 DE) respecto de los demás periódicos analizados. Ninguno de los artículos que preveían un lector modelo inexperto mantuvieron un tono explicativo. La audiencia de *Ámbito Financiero* está conformada en su mayoría por miembros del empresariado local o profesionales con mayor conocimiento económico.

- 7.10.2000: Voto de confianza del mercado: baja riesgo-país y Bolsa sube 8%
- 20.03.2001: Negocia el Gobierno con el FMI adelantar 2 cuotas el blindaje
- 23.3.2001: Rockefeller y Rhodes le prometieron a Cavallo ayuda financiera extra

Con respecto a la metáfora utilizada por el diario para etiquetar los acontecimientos, en 34 artículos se los identificó como Cambio, mientras que en 24 como Crisis. En el resto de los artículos se observó la etiqueta de Negociación, Pacto o Salida. Con respecto al enfoque utilizado por el diario, en 48 casos fue un enfoque económico, como era previsible en este tipo de publicación; en 12 casos el enfoque fue técnico (financiero), y solo en 9 casos, político. Esto coincide con la ubicación por sección: solo 3 artículos se ubicaron en la sección de Política, el resto en Economía. De los Temas de los artículos, solo cuatro fueron únicamente políticos, mientras el resto fue exclusivamente económico. Con respecto a la extensión, 49 artículos tuvieron 5 o más párrafos.

En la crisis de 2007-2009, *Ámbito* repitió el patrón de cobertura para un destinatario experto sin asumir un tono explicativo. En este caso la información fue mayormente técnica, sobre financieras, Bancos y movimientos de rescate.

- 15/09/2008: Gobierno de Bush decidió no aportar fondos a rescatar y fracasaron gestiones de Bank of America y Barclays
- 18/09/2008: Pagó Barclays US\$ 1.750 M por los activos de Lehman
- 21/09/2009: Obama, sin luna de miel: Wall Street bajó un 4%

### ***Diario Página 12***

En el caso de *Página 12*, la destinación experta superó la destinación inexperta (20 DI; 33 DE). Esto resulta particularmente sorprendente debido a la línea editorial de izquierda del periódico y a la denuncia anti-imperialista que asumió durante la crisis. Si el propósito del diario fue el de alertar a la población local sobre un avance norteamericano en la economía nacional, el relato que se llevó adelante no prefiguró un simulacro de lector modelo ligado a un ahorrista común de conocimientos económicos no expertos. Más llamativo resulta el hecho de que ninguna de las notas que el diario destinó a los inexpertos mantuvo un tono explicativo. Una explicación posible es que, si bien el medio defiende posiciones populares de izquierda, está dirigido a intelectuales con gran interés por la política, aunque en general escaso dominio de la economía.

En artículos que tuvieron como protagonistas actores de la política nacional, no se ahondó en una explicación relevante acerca de las consecuencias a nivel social, incluso en casos como el segundo titular, que trataba sobre cuestiones impositivas.

- 8.12.1999: Diputados de la Alianza apuraron un poco a Machinea
- 19.12.2000: El Gobierno anunció un paquete de apoyo financiero por 39.700 millones de dólares
- 20.12.2001: De la Rúa duda, Cavallo ya maneja todo

En otros casos se observó información de corte técnico que no representaba un aporte significativo para una audiencia no experta, in-

cluso cuando se trató de temas de amplia repercusión social, como las variaciones cambiarias.

- 30.11.2001: Riesgo país en 3242 puntos, *call* al 250% y caída de acciones
- 10.12.2001. Una devaluación no contagiaría la crisis a otros emergentes
- 26.12.2001. El Argentino sería igual a 70 centavos de dólar

Con respecto a la metáfora utilizada por el diario para etiquetar los acontecimientos, en 31 artículos se detectó la metáfora de Crisis, en 10 artículos la metáfora de Cambio, y en el resto, la metáfora de Negociación. Esto resulta llamativo porque a pesar de que el diario mantuvo un relato de denuncia, no alertó a sus lectores acerca de la debacle política económica que se avecinaba. Con respecto al enfoque solo en 16 casos se detectó un enfoque político, en 11, técnico, y en el resto económico. Esto coincidió con la ubicación de los artículos en la sección del diario: solo 18 fueron ubicado en política, mientras que el resto se ubicó en la sección económica. Con respecto a los temas surge un resultado llamativo, porque solo 35 artículos fueron sobre todo económicos, mientras que el resto fue político. Finalmente, 44 artículos tuvieron una extensión de 5 o más párrafos.

En el caso de la cobertura de 2007-2009, *Página 12* parece haber revertido en parte la destinación experta. De 28 noticias, 19 contaron con un Destinatario Inexperto, mientras que 9, Destinatario Experto. Sin embargo, el tono explicativo no se registró en ninguno de los casos. Esto podría señalar una mayor simplificación de la información, pero una ausencia de información referida a las causas y consecuencias tangibles del conflicto.

- 15/09/2008: Lehman Brothers al borde de la quiebra
- 20/01/2009: Gatopardismo imperial
- 21/02/2009: Juró Obama en un acto cargado de simbolismo

## *Diario La Nación*

En el caso del diario *La Nación*, los resultados son menos elocuentes debido a las dificultades experimentadas a la hora de conformar la muestra. De la muestra acotada resulta una relativa paridad entre los dos tipos de lectores previstos (10 DI; 14 DE). Del total de noticias con destinatario inexperto solo una presentó tono explicativo.

- 9.12.1999: Más luces que sombras en el nuevo ajuste
- 16.3.2001: El ajuste toca la política y la educación
- 4.07.2001: Cavallo negó futuros cambios en el Gobierno

Con respecto a la utilización de Metáforas, en 12 artículos *La Nación* identificó los sucesos como Cambio; en 9 como Crisis, y en el resto como Negociación. El Enfoque fue en 12 casos económico; en 11, político, y uno solo se registró como técnico. Con respecto a la Sección, 13 artículos estuvieron en la sección de política, 8 en la sección de economía, y dos, en editorial. Solamente 6 artículos de 24 trataron Temas exclusivamente políticos. Con respecto a la Extensión, 15 artículos tuvieron 5 o más párrafos de extensión.

En el caso de la Crisis 2007-2009, *La Nación* previó una lectura experta. De 24 artículos, solo 3 prefiguraron un Destinatario Inexperto mientras que el resto implicó un destinatario experto. En ningún caso se registró tono explicativo.

- 15/09/2008: Fed libera fondos para evitar que la crisis se expanda
- 16/09/2008: Se hundieron las utilidades de Goldman Sachs como consecuencia de la crisis
- 21/01/2009: Obama: “Hoy elegimos la esperanza en lugar del miedo”



## Conclusiones

El sistema financiero global recibe actualmente la influencia de actores individuales, dueños de reservas crecientemente atomizadas. Como se describió al comienzo, estos son ciudadanos que carecen de la formación para decodificar la intrincada retórica de las finanzas. Se observa una paradoja en el escenario informativo: por un lado se reconoce la injerencia de estos ciudadanos pero por el otro lado, los mensajes que se les destinan son de gran complejidad. Una inapropiada traducción de la realidad financiera a un horizonte cotidiano podría tener implicancias severas para el funcionamiento de ese mismo sistema.

El ejercicio de una ciudadanía activa a partir de la participación y debate en una esfera pública, no ligada exclusivamente al consumo privado, sino al acceso público de las audiencias a las plataformas mediáticas y a los nuevos medios de comunicación, requiere que desde la emisión mediática se realice un esfuerzo por asegurar la claridad e igualdad en la información económica. Este esfuerzo, además de motivar el acceso no solo al mercado sino también al ámbito de la discusión, reforzaría en consecuencia la calidad institucional de democracias todavía frágiles, donde el poder suele construirse a partir de mecanismos de opacidad en la gestión de recursos y no en su transparencia.

En la presente investigación se trabajó con cuatro publicaciones argentinas de gran tirada y prestigio local y regional. Los textos relevados fueron recogidos mediante un sistema de hitos, teniendo en cuenta acontecimientos relevantes en ambas crisis. La muestra principal fue la de la crisis de 2001, y la muestra de comparación, la de la crisis internacional de 2008. La ventaja metodológica de la presente investigación fue la triangulación metodológica entre una primera aplicación de análisis de contenidos cuantitativo, y un segundo análisis del discurso cualitativo.

A partir del relevamiento, se observaron dos tipos de lectores prefigurados en los textos: un lector experto y otro inexperto. A menudo la

información que resultaría de interés al lector inexperto se cubrió con estrategias que únicamente podría decodificar un experto, como son el uso de vocabulario específico, las alusiones no explicitadas de temas o contextos económicos o financieros o la ausencia de explicaciones pertinentes. El único caso en que la destinación inexperta superó a la experta fue en el Diario *Clarín*, aunque no se registró mayor esfuerzo explicativo en el tono de las noticias.

Resultó confusa la coordinación entre tema del artículo, enfoque y sección de diario en que se la ubicaba. En ocasiones los temas políticos fueron cubiertos bajo un enfoque económico y fueron ubicados también en la sección de economía. O, al contrario, temas económicos fueron cubiertos con enfoques exclusivamente políticos y se ubicaron en la sección política. Esta confusión en la clasificación de la información, que el lector tipo de un diario maneja intuitivamente y por de la cual guía su lectura, podría hacer aún más inaccesible la información.

En la mayoría de los casos, la extensión de los artículos fue de cinco o más párrafos. Esto indicaría que el problema de la enunciación no se relacionó a la falta de información o espacio mediático destinado al tema, sino a la calidad de dicha información y a falta de explicaciones adecuadas. Esto demuestra también que el asunto de las noticias ocupó un sitio relevante en la agenda mediática.

Durante la crisis financiera de 2007-2009 los periódicos analizados tuvieron la posibilidad de alertar sobre posibles consecuencias en la economía nacional. Algunas de estas consecuencias se relacionaban directamente con los ahorristas, como por ejemplo desde el punto de vista estructural o financiero, las fluctuaciones del mercado de capitales podían deteriorar los haberes de los afiliados al momento de su jubilación. También las finanzas públicas se vieron condicionadas porque, bajo el sistema jubilatorio mixto vigente hasta diciembre de 2008, el Estado garantizaba un haber mínimo a todos los jubilados independientemente de si al momento de retirarse se encontraban afiliados al sistema estatal de reparto o al de capitalización (Abeles, 2009).

En el caso de la Crisis 2007-2008 la información fue cubierta de forma similar a la de 2001, a excepción de una disminución considerable de la cantidad de artículos. En este caso, faltaron explicaciones contundentes sobre el nexo de esta crisis internacional y el contexto nacional.

El lector modelo mayormente presente en los textos periodísticos de ambas muestras se identifica con una competencia enciclopédica experta en relación con la economía y las finanzas. Debido a los tecnicismos, guarismos, alusiones no explicitadas, mención de procesos e instituciones especializadas, es posible recomponer un lector modelo especialista. De esta forma solamente uno de los destinatarios –el experto– podría actualizar el texto con una lectura más o menos prevista por el autor. El ahorrista, pequeño inversor o el simple ciudadano, podría haber relevado solo parcialmente las marcas textuales dejadas por el autor.

## Bibliografía

- Abeles, M. (2009). “El impacto de la crisis internacional en la economía argentina”, en *Revista de Trabajo*, año 5, n° 7.
- Arrow, Kenneth J. (1996). “The Economics of Information: An Exposition,” *Empirica*, 23(2), pp. 120-121.
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Cambridge: Harvard University Press.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Dayan, D. (2001). “The peculiar public of television”. *Media, Culture & Society* 23: 743-765.
- Eco, U. (1990). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Lumen.
- . (1987). *Lector in fabula*, Barcelona: Lumen.
- Fernández Pedemonte, D. (2012a). “Borramiento de fronteras entre el marketing y los contenidos en el consumo. Prácticas invisibles para las investigaciones de mercado”. *Comunicom*, 2011. *Anais Congresso Internacional Comunicacao e Consumo*. Sao Paulo: Escola Superior de Propaganda e Marketing.
- . (2012b). “Media cases and social memory in Argentina post 2001”. *Essachess. Journal for Communication Studies*, vol.5, no. 2 (10).
- . (2010a). “Vocación aplicada de la investigación sobre medios. El caso del estudio de casos”. En VVAA. *La comunicación como objeto de estudio. Experiencias de investigación*. San Salvador de Jujuy: Universidad Católica de Santiago del Estero.
- . (2010b). *Comoción pública. Una teoría de los casos mediáticos y sus públicos*. Buenos Aires: La Crujía.

- . (2010c). “La audiencia como público: hacia una gestión de los nuevos usos sociales de la información”. *Conexiones. Revista Iberoamericana de Comunicación*. Vol. 2.
- Fernández Pedemonte, D.; Elizalde, L.; Riorda, M. (2011). *La gestión del disenso. La comunicación gubernamental en problemas*, Buenos Aires: La Crujía.
- . (2006). *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental*. Buenos Aires: La Crujía.
- Foucault, Michel (1969). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- Gadamer, H. G. (1977). *Verdad y método. Fundamentos de una hermenéutica filosófica*. Salamanca: Sígueme.
- Grandi, R. (1995). *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Hernández-Pacheco, J. (1996). *Corrientes actuales de filosofía. La escuela de Frankfurt. La filosofía hermenéutica*. Madrid: Tecnos.
- Inciarte, F. (1974). *El reto del positivismo lógico*. Madrid: Rialp.
- Jensen, K.B. & Jankowski, N.W. (eds.) (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- Krippendorff, K. (1980). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Buenos Aires: Paidós.
- Livingstone, S. (ed) (2005). *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*. Bristol: Intellect.
- Luzzi, M. (2008). “La institución bancaria cuestionada. Actitudes y representaciones de los ahorristas frente a los bancos en el contexto de la crisis de 2001 en Argentina”, en la Revista Crítica en Desarrollo. No 02 Segundo Semestre de 2008 (p. 173-190)
- Manzato, A. (1995). *Introduzione agli Audience Studies*. Milano: ISU.
- Murphy, P. (2009). En: Peters, M. A.; Marginson, S. & Murphy, *Creativity and the Global Knowledge Economy*. New York: Peter Lang.
- Ricoeur, P. (1981). *El discurso de la acción*. Madrid: Cátedra.
- Searle, J. (1969). *Speech Acts. An Essay on the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vasilachis de Gialdino, I. (1993a). “Los problemas teórico-epistemológicos”. En *Métodos cualitativos I*. Buenos Aires: CEIL.
- Vasilachis de Gialdino, I. (1993b). “El análisis lingüístico en la recolección e interpretación de materiales cualitativos”. En Forni, Gallart, Vasilachis de Gialdino. *Métodos cualitativos II. La práctica de la investigación*. Buenos Aires: CEAL.
- Verón, E. (1997). “La mediatización”. En *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Buenos Aires: CBC.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.
- Wimmer, R. D. & Joseph R. D. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.