



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Periodismo militante en Argentina

Estudio de caso: Seis en el siete a las ocho (Televisión pública) y Periodismo para todos (Televisión privada)

Autora

Bárbara Solange Bufi

Directora

María Angulo Egea

Facultad de Filosofía y Letras

2012-2013

Índice

RESUMEN	3
1. Introducción.....	4
2. Metodología.....	5
3. Marco teórico y contexto histórico	6
3.1 Fórmulas de populismo y los orígenes del <i>kirchnerismo</i>	6
3.2 Eva y Cristina, mujeres de armas tomar	7
3.3 Peronismo, <i>kirchnerismo</i> y medios de comunicación.....	10
4. Periodismo <i>militante</i> y periodismo <i>independiente</i>	11
5. Formatos televisivos actuales: <i>militancia</i> e <i>independencia</i>	13
5.1 Seis en el siete a las ocho (6,7,8)	15
5.2 Periodismo para todos (<i>PPT</i>).....	25
6. Seis en el siete a las ocho vs. Periodismo para todos.....	36
7. Los <i>K</i> vs. <i>La Corpo</i> . La lucha por los medios	38
8. Conclusiones	41
Bibliografía.....	43

RESUMEN

Actualmente, en la República Argentina impera el denominado *kirchnerismo*. Ideología política ligada a la época peronista del país y que, en los últimos años, ha sumado adeptos a la par que adversarios. Un fenómeno que pretende gustar a todos: medios y ciudadanos.

Hablamos de una brecha política que se puede extrapolar a los medios de comunicación, donde la labor periodística se define por estar a favor o en contra de esta ideología.

En el ámbito periodístico se identifican dos tendencias: por un lado, podemos hablar de periodismo oficial o militante – aquellos que se posicionan a favor del Gobierno - y, por otro lado, de periodismo independiente – informadores que rechazan todo vínculo o ejercicio de la profesión que pudiese beneficiar al gobierno *kirchnerista* –.

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es analizar de qué manera los medios de comunicación argentinos – en concreto, la televisión pública y la privada – reflejan su postura en el tratamiento de la información.

Para desarrollar este planteamiento se han tomado como referencia dos programas televisivos: en primer lugar, *Periodismo para todos* – emitido en El Trece, cadena de televisión privada – y, en segundo lugar, *Seis en el siete a las ocho*, más conocido en el país como *6,7,8*, correspondiente a la programación de la Televisión Pública de Argentina (Canal 7).

PALABRAS CLAVE: periodismo militante, periodismo independiente, Periodismo para todos, Seis en el siete a las ocho, kirchnerismo.

PERIODISMO MILITANTE EN ARGENTINA

1. Introducción

El contexto político que circunscribe a la República Argentina, desde la llegada del *kirchnerismo* al poder (2003), permite identificar dos tendencias encontradas en el ámbito periodístico: por un lado, podemos hablar de *periodismo independiente* y, por otro lado, de *periodismo oficial*, más conocido como *periodismo militante*.

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es analizar de qué manera los medios de comunicación argentinos – en concreto, la televisión pública y la privada – reflejan su postura en el tratamiento de la información; un periodismo que “navega” en un fenómeno denominado *kirchnerismo* o *K*.

Para analizar este planteamiento se han tomado como referencia dos programas televisivos: en primer lugar, *Periodismo para todos* – emitido en El Trece, cadena de televisión privada – y, en segundo lugar, *Seis en el siete a las ocho*, más conocido en el país como *6,7,8*, correspondiente a la programación de la Televisión Pública de Argentina (Canal 7).

Serán estudiados los formatos de ambos espacios, así como el tratamiento de la información que ofrecen, con el propósito de ofrecer ejemplos concretos de este periodismo polarizado.

Para desarrollar adecuadamente este análisis, resulta necesario conocer la vinculación del *kirchnerismo* con el peronismo; por este motivo, se dará inicio a este trabajo con un apartado que servirá para situar la realidad política y mediática de la Argentina actual; los vínculos y las asociaciones de dos grandes movimientos políticos que se entrelazan en el tiempo y que reúne a fieles adeptos, quienes veneran a sus representantes – *K* – y muestran un fervor patriótico pocas veces visto en el país.

También se dedicará un apartado al Grupo Clarín – grupo mediático privado argentino, considerado el más grande de Latinoamérica ya que cuenta con empresas editoriales, emisoras de radio, televisión, productoras, proveedores de internet, telecomunicaciones, imprentas gráficas, entre otros – como enemigo declarado del Gobierno, medio opositor y principal damnificado por la reforma de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada – el 9 de octubre de 2009 fue aprobada la ley de medios por el Senado de la República Argentina– durante el primer mandato de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011).

2. Metodología

En el presente trabajo se ha utilizado una metodología de investigación y documentación de tipo cualitativo, con el objeto de ahondar en la actualidad periodística y política de la República Argentina, y obtener datos e información fehacientes a través de fuentes periodísticas vinculadas al tema central de estudio: periodismo oficialista – *militante* – y periodismo *independiente*.

Para el análisis del tema – periodismo militante en Argentina- se ha realizado, en primer lugar, una lectura exhaustiva de numerosos libros pertenecientes a escritores y periodistas argentinos; como por ejemplo: Graciela Mochkofsky, Dario Dante Palma, Beatriz Sarlo, Pablo Sirvén, entre otros.

Hablamos de contenidos específicos para cuya documentación ha sido necesario desplazarse, personalmente, al país de origen –Argentina, Buenos Aires (Mar del Plata); una vez allí, se realizaron diversas consultas en la Biblioteca Municipal Leopoldo Marechal de donde se extrajo la bibliografía necesaria para realizar un primer acercamiento al contexto histórico y social, durante el peronismo y en la actualidad, de la República Argentina; así como conocer, de manera general, el uso que los diferentes gobiernos argentinos han hecho de los medios, a lo largo de la historia, para sus fines propagandísticos.

En segundo lugar, y una vez seleccionados los contenidos bibliográficos, se determinó un período de tiempo de seis meses – desde el 15 de abril al 30 de septiembre de 2012 – para el análisis de los programas televisivos *Seis en el siete a las ocho* (Televisión Pública del Estado) y *Periodismo para todos* (El Trece, Grupo Clarín).

Para el análisis de los espacios televisivos fue necesaria la consulta de las páginas web oficiales de los propios programas: Televisión Pública¹ y El Trece².

El estudio exhaustivo de ambos formatos permitió atender a cuestiones relacionadas con la estructura de cada programa, el estilo de los presentadores, los géneros periodísticos utilizados en la elaboración de los informes, así como el tratamiento de los mismos. Además, analizar las imágenes, los discursos, los diálogos, entre otros elementos.

Con este marco se pretende poner en evidencia, a través de ejemplos concretos, las formas propagandísticas o la falta de neutralidad deseable en el ejercicio periodístico, así como los argumentos de los que se sirve el periodismo *independiente* al posicionarse en contra del gobierno *kirchnerista*.

Durante el período de redacción del Trabajo de Fin de Grado ha sido necesario ampliar las consultas bibliográficas para profundizar en el análisis técnico de los estudios de casos – 6,7,8 y *PPT* –, por lo que también se accedió a diversas fuentes editoriales españolas, proporcionadas por la directora de este trabajo, durante las sucesivas tutorías.

¹ Sitio oficial de la Televisión Pública: <http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/> (Consultado por última vez el 24/07/2013)

² Sitio oficial El Trece <http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos/capitulos-completos> (Consultado por última vez el 24/07/2013)

3. Marco teórico y contexto histórico

3.1 Fórmulas de populismo y los orígenes del *kirchnerismo*

El *Kirchnerismo* se instaló en Argentina con la subida al poder del partido que, entonces, encabezaba Néstor Kirchner – presidente del país desde el 25 de mayo de 2003 hasta el 10 de diciembre de 2007–. Nos encontramos ante un fenómeno que se mantuvo durante el siguiente periodo presidencial (2007-2011) y que continúa en la actualidad de la mano de la que fue su compañera política y sentimental, Cristina Fernández de Kirchner. Quien fue reelegida en los comicios de 2011 con más de un 54% de votos.

El vocablo *kirchnerismo* es un neologismo que define un movimiento político que se expande desde la llegada de los *K* – matrimonio Kirchner – al Gobierno Central, y que tiene sus orígenes en el peronismo (Partido Justicialista o Laborista), un movimiento que surgió en la década de 1940 en torno a la figura de Juan Domingo Perón.

No es una mala letra, ni letra muerta ni letra chica, como quieren hacer creer los letrados idolatrados. Parten del error de no advertir el cambio de época. Porque, antiguamente, para nuestra lengua la letra K era un signo rígido y duro y casi desempleado. Pero hoy tiene empleo estable y de ser una incógnita pasó a ser una certeza [...] Lo que sé es que la K no representa lo que excluye ni lo que olvida, sino lo que incluye y recuerda [...] Hoy la K ya es una letra literal y definitivamente política. Néstor Kirchner es su referencia nominal. A partir de él son K los militantes originales y los asociados [...] Un clima de época K fluye animoso y feliz sobre el abecedario político. Su sucesora, Cristina Fernández, es también K por vocación y además por transferencia vinculante (BARONE, 2011:20).

Un fenómeno que bajo esta letra “bárbara”, como señala Barone, ha logrado trascender en la historia política del país. Un matrimonio que ha sabido hacerse hueco en una Argentina que atraviesa una constante crisis económica, altos índices de desempleo y que aún hace frente al *corralito* heredado del Gobierno de Fernando de la Rúa (1999-2003).

En 2003, el apellido Kirchner aún era desconocido en el país; la presidencia se disputaba entre el ex presidente Carlos Menem, los gobernadores José Manuel de la Sota (Córdoba), Juan Carlos Romero (Salta) y Adolfo Rodríguez Saá (San Luis) y el señalado Néstor Kirchner (gobernador desde el 10 de diciembre de 1991 hasta el 24 de mayo de 2003 de la provincia de Santa Cruz), quien resultaría posteriormente electo con el 21,99% de los votos, detrás del 24,34% (con un total del 98,94% de los votos escrutados) con el que contaba Menem. Sin embargo, según indica la Constitución de la República Argentina, debido a la escasa diferencia de porcentaje obtenida en la primera vuelta, correspondía dirimir la elección en una segunda³. Pero, tras reconocer Carlos Menem que las encuestas favorecían a Kirchner, se retiró el 15 de mayo de 2003. Finalmente, la segunda vuelta convocada para el 26 de mayo de 2003 no llegó a celebrarse, siendo este el motivo de la asunción de Néstor Kirchner a la presidencia de la República Argentina.

³<http://www.lanacion.com.ar/492225-menem-y-kirchner-disputaran-la-segunda-vuelta-el-18-de-mayo>
(Consultado por última vez el 28/02/2013)

El modelo político que persiguió Néstor Kirchner durante su mandato y que ha continuado y mantiene Cristina Fernández desde 2007 se asemeja al de sus inspiradores, el matrimonio Perón.

El peronismo reunió a fieles adeptos, en su mayoría obreros que reivindicaban ideologías vinculadas a la justicia social, la soberanía política o la independencia económica. Se trata de un modelo político que evolucionó con el pasar de los años de la mano de sus principales representantes. La utilización de un discurso cercano y afín a los intereses de las clases populares -ante todo- forjó la imagen idolatrada que estas tenían del matrimonio Perón-Duarte; que, poco a poco, ganó en liderazgo.

Este populismo llegó – casi de forma viral – a un amplio abanico de ciudadanos argentinos, desde las clases sociales más desafortunadas hasta las más pudientes, generando, poco a poco, una comunión entre ideologías de derechas e izquierdas y haciendo del peronismo un escenario político plural.

La apelación constante al pueblo y la imagen de un líder carismático como representante y protector de un sector de la sociedad desfavorecido convirtieron a Juan Domingo Perón y a Eva Duarte en dos personajes políticos venerados por los ciudadanos.

El sentir populista tiene sus orígenes en el ámbito rural estadounidense; atañe a personas trabajadoras, sencillas, confiables y honestas vinculadas con el ámbito rural. Sin embargo, en América Latina, este término se refiere predominantemente a movimientos de tipo urbano. Así lo señalan Ionescu y Gellner (1969: 40), quienes se refieren a este fenómeno como:

[...] un movimiento político que goza del apoyo de la masa de la clase trabajadora urbana o el campesinado, pero que no es el resultado del poder organizacional autónomo de ninguno de estos dos sectores. También cuenta con el apoyo de sectores no pertenecientes a la clase trabajadora, que sostienen una ideología contraria al statu quo.

El populismo se convirtió durante el periodo peronista en el reflejo de una euforia nacionalista en la que el uso de todo distintivo patrio y las multitudinarias convocatorias frente al balcón presidencial hicieron del entonces presidente un héroe del pueblo argentino.

Un modelo político que se ha recuperado en la historia de la Argentina de la mano del matrimonio Kirchner, a través del partido Frente para la Victoria. En primer lugar durante el mandato de Néstor Kirchner, y en la actualidad con la figura de Cristina Fernández.

3.2 Eva y Cristina, mujeres de armas tomar

Eva Duarte y Cristina Fernández no se conocieron personalmente; sin embargo, coincidieron en un aspecto concreto de la historia política de la República Argentina: ellas han sido las únicas – hasta el momento – en alcanzar un nivel de notoriedad que ninguna otra mujer ha logrado hasta la actualidad. Las comparaciones que actualmente

realizan los medios internacionales entre ambas mujeres no dejan de lado aspectos como este.

Populares figuras políticas, provenientes de familias humildes y trabajadoras, de carácter perseverante y luchador y con ambiciosos ideales, ambas lograron situarse en uno de los escalones privilegiados de la Casa Rosada.

A Eva Perón, en primera instancia, no le interesaron los cargos formales,

Yo no tengo ningún sueldo. No soy funcionario del Gobierno bajo ningún aspecto. Soy libre, absolutamente libre. Así lo he querido yo. Muchas veces el mismo General – Perón – ha querido añadirme a su Gobierno como colaboradora oficial. Quiero seguir siendo libre y creo que es lo mejor para él, para todos y también para mí (BELLOTA, 2012: 106).

Las aspiraciones que desde pequeña tenía la actual presidenta del Gobierno fueron de otra índole. Cristina Fernández de Kirchner, en una entrevista concedida en abril de 2010 a la cadena de televisión Telefe, en el programa *Un tiempo después*, aseguraba a la presentadora Soledad Silveyra:

No soñaba en esa época las cosas que soñaban otras chicas: “Bueno, me voy a casar, voy a tener chicos...”. Nosotras no éramos Susanita; éramos Mafalda. Estábamos preocupadas por esto, por lo otro, y aquel que dice tal cosa, y la injusticia y el mundo. Soñábamos con cambiar todo, no con ser presidenta, ni en mis más remotos sueños⁴.

Fernández comenzó a estudiar Psicología pero, finalmente, optó por la abogacía. Cursó la carrera de Derecho en la ciudad donde nació, La Plata; allí conoció a su compañero de vida y carrera política, Néstor Kirchner. Desde su ingreso en la Facultad de Derecho, la futura mandataria comenzó a militar en las Juventudes Universitarias Peronistas (JUP).

La hoy presidenta participó en manifestaciones, pero también fue testigo de numerosos sucesos en torno al peronismo, como la masacre de Ezeiza, el 20 de junio de 1973⁵, con el regreso definitivo del general Perón a la República Argentina.

Tanto Eva durante la primera presidencia de Perón como Cristina en el mandato de Kirchner fueron acusadas de inmiscuirse en las gestiones de sus maridos y de influir, incluso, en el nombramiento de funcionarios.

Cuando Cristina Fernández comenzó a desarrollar su carrera política, la participación de mujeres en las listas electorales estaba reglada por la Constitución Argentina bajo la ley 24.012 de Cupo Femenino. Las barreras que debió superar Eva Duarte habían sido ya derribadas antes de que Cristina Fernández llegara al poder. Ocupó diversos cargos

⁴ *Un tiempo después*. Telefe. (Consultado por última vez el 06/03/2013). <http://www.youtube.com/watch?v=Em0VA5w8qcc>

⁵ El aeropuerto de Ezeiza fue escenario de un encuentro desafortunado entre simpatizantes de la izquierda y de la derecha. La celebración por el regreso del ex presidente Perón, tras 18 años de exilio, terminó con un cruento enfrentamiento que dejó un saldo de 13 muertos y 365 heridos.

Cristina Fernández lo presenció in situ junto a su madre; ambas permanecieron inmóviles ante los disparos, con el objetivo de presenciar el regreso de Perón. Tal como lo cuenta Araceli Bellota en *Eva y Cristina. La Razón de sus vidas* (2012), el avión tuvo que desviarse; nunca llegó al destino prefijado.

políticos: en primer lugar, senadora en Río Gallegos y más tarde, en Santa Cruz, para posteriormente pasar a la escena nacional cuando fue elegida en 2005 senadora nacional de la provincia de Buenos Aires, cargo que ocuparía hasta su acceso a la presidencia de la nación en 2007.

La actual presidenta llegó a ser reconocida internacionalmente como la *Argentina's new Evita*⁶ e incluso se la comparó con Hillary Clinton, como se puede comprobar en el siguiente artículo publicado en la revista *Time* en 2007:

Es inevitable la comparación con la heroína argentina del siglo XX [...] Cristina Fernández, de 54 años, disfruta de ser llamada 'la nueva Evita'. Ella, sin duda, comparte algunas características de Eva Perón, como la pasión y la combatividad. Pero, en verdad, se parece más a una pelea estelar de Hillary Clinton⁷.

Hasta ella, Cristina Fernández de Kirchner, fueron todos hombres los 29 presidentes electos en la historia de la Argentina. La presidenta logró ocupar el sillón de Rivadavia en la Casa Rosada gracias al 45,29% de los votos obtenidos en su primera candidatura, para ser nuevamente reelegida en 2011 con el 54,11%.

El Gobierno de los Kirchner tiene sus puntos fuertes y sus puntos débiles. Uno de los asuntos puestos en entredicho, desde que el *kirchnerismo* se hizo con el poder, es el aumento del patrimonio K. Asunto que ha sido constantemente cuestionado por los ciudadanos y reflejado en los medios de comunicación a través de minuciosos reportajes de investigación. En diciembre de 2012, el periódico argentino *La Nación* publicaba que los bienes de los Kirchner habían incrementado en 82 millones de pesos⁸. La cadena de televisión TN (Grupo Clarín), en mayo de 2013, hacía eco a través de un reportaje del patrimonio de los "Rikos y funcionarios"⁹ del partido Frente para la Victoria, un informe que se basó en las fortunas de los políticos más cercanos a Cristina Fernández y a Néstor Kirchner.

Fernández ha sido criticada por aplicar medidas mucho más *radicales e intervencionistas* que las impuestas por su marido, mostrándose hostil con el grupo multimédios Clarín, al que ha declarado públicamente como su principal enemigo. Ha tomado insistentes represalias y sancionado diversas leyes con el objetivo de debilitar este grupo de medios que se muestra poco condescendiente con el Gobierno K.

El ideal K es, mediante la Ley de Medios, obligar a los grandes multimédios a resignar porciones importantes de su patrimonio de compañías relacionadas con la industria de la comunicación para posibilitar su reemplazo por nuevos conglomerados audiovisuales más afines al Gobierno y con poder económico, listos para cooptar a sus náufragos, loteados al mejor postor (SIRVEN, 2011:37).

⁶ <http://www.time.com/time/world/article/0,8599,1639509,00.html> (Consultado por última vez el 11/02/2013)

⁷ <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1666277,00.html> (Consultado por última vez el 11/02/2013)

⁸ Reportaje del periódico *La Nación* acerca del incremento del patrimonio K <http://www.lanacion.com.ar/1525583-el-crecimiento-de-los-bienes-de-los-kirchner-de-7-a-89-millones-de-pesos> (Consultado por última vez el 22/07/2013)

⁹ Reportaje de la cadena de televisión TN (Grupo Clarín) http://tn.com.ar/politica/rikos-y-funcionarios-el-crecimiento-patrimonial-de-los-k_388098 (Consultado por última vez el 22/07/2013)

3.3 Peronismo, *kirchnerismo* y medios de comunicación

La tensión entre los medios de comunicación y los diversos Gobiernos al mando de la República Argentina ha sido a lo largo de la historia del país una carta que se repite dentro del juego del poder. Se trata de dos contrincantes que han sabido valorar el poder de la televisión, un medio que tiene impacto a escala industrial, como señala Beatriz Sarlo en su obra *La audacia y el cálculo*:

La televisión es, a su manera, intensamente política; y la política, intensamente televisiva. Esta implicación mutua no produce buena política, pero es la manifestación más accesible de lo político para ciudadanos que entienden mucho más de televisión que de ninguna otra forma cultural (SARLO, 2011: 11).

Tanto en el mandato de Juan Domingo Perón como en el actual periodo *kirchnerista* – en primer lugar con Néstor Kirchner y, en el presente, con Cristina Fernández – los dirigentes supieron adaptar la Constitución y elaborar leyes que les abrieron paso hacia una mayor libertad de actuación en lo que respecta a los medios audiovisuales (SIRVÉN, 2011). El mejor ejemplo de ello es la modificación de los artículos de la Ley de Medios llevada a cabo durante el periodo *K*.

En sus inicios, el peronismo se erigió sobre la base de medidas contundentes, entre las que cabe citar la expropiación y limitación de papel prensa para regular los principales diarios del país. Sin embargo, Néstor Kirchner no se interesó por el papel prensa e incluso concedió diez años de licencia a las cadenas de radio y televisión. No fue hasta el inicio del mandato de Fernández cuando la realidad mediática sufrió modificaciones.

Con un listado de prioridades se iniciaba Cristina Fernández en el rol de presidenta. Desde entonces – y durante los casi siete años que lleva en el poder – no solo los ciudadanos sino también los propios medios (BELLOTA, 2012), han sido testigos de las *represalias* que la presidenta arremetió contra periodistas del periódico *Clarín* y de *La Nación* por supuestas difamaciones¹⁰.

El *kirchnerismo* presionó a este grupo mediático con causas judiciales. Algunos de los asuntos más destacados de esta batalla entre el Gobierno y el Grupo Clarín han sido:

- A) El origen de los hijos de Ernestina Herrera de Noble – esposa del fundador del Grupo Clarín –. El Gobierno investigó para saber si podía tratarse de hijos de desaparecidos durante el periodo de la dictadura.
- B) Retiró el derecho de retransmisión de los partidos de fútbol al grupo mediático.
- C) Intentó dar de baja la licencia de Fibertel (compañía telefónica); y, además,
- D) Procuró limitar su acceso al papel prensa, cuya propiedad comparte con el periódico *La Nación* y el propio Estado (BELLOTA, 2012: 75).

Los continuos enfrentamientos entre periodistas y Gobierno han generado durante los últimos 12 años – desde la asunción de Néstor Kirchner – una guerra sutilmente declarada entre el Grupo Clarín y Cristina Fernández.

¹⁰ Artículo publicado en *Clarín* acerca de las denunciadas realizadas por la presidenta por supuestas difamaciones <http://edant.clarin.com/diario/2010/02/15/um/m-02140784.htm> (Consultado por última vez el 22/07/2013)

Si Fernández, actualmente, hace uso reiterado de la ironía en sus discursos y no cede la palabra en las ruedas de prensa a los periodistas de los grupos contrarios, Perón, en su etapa presidencial, también supo poner límites, incluso más radicales: realizó una modificación del código penal para evitar la crítica exhaustiva al Gobierno, potenciando la figura del desacato hasta alcanzar la pena de tres años de prisión; allanamiento, clausuras y expropiaciones de los medios de prensa gráfica para restringir la competencia y la pluralidad informativa, así como la creación de la Comisión Bicameral Investigadora de Actividades antiargentinas para controlar el sistema de prensa (SIRVÉN, 2011).

El Gobierno peronista ejerció, al igual que el *kirchnerismo* sobre el Grupo Clarín, presión sobre el propietario de las entonces tres grandes cadenas de emisoras privadas, Jaime Yankelovich; pero este no cedió, y la negativa ante “un jugoso subsidio que le resarciría de su renuncia a la asociación de radiodifusoras”, le supuso “molestas y repetidas inspecciones”. El Gobierno no ejerció censura directa sobre los textos de los espacios políticos pero responsabilizó de los contenidos a los directores de programación de cada emisora, quienes debían rechazar todo mensaje que insultase a personas o partidos o faltase al respeto a instituciones o a Gobiernos *amigos* (SIRVÉN, 2011).

4. Periodismo *militante* y periodismo *independiente*

El ejercicio del periodismo en la República Argentina se ha encontrado durante los últimos tres Gobiernos en el punto de mira. Críticas y comentarios negativos publicados por los periódicos y medios no afines al Gobierno han despertado recelo en el *kirchnerismo*, un fenómeno que pretende gustar a todos: medios y ciudadanos.

La vinculación de algunos medios con el Gobierno *kirchnerista* y las medidas implementadas por este suscitaron un intenso debate en lo que respecta a la identidad del periodista. Posicionarse a favor o en contra de un Gobierno era para los comunicadores, hasta la llegada de los *K*, un proceso mental, del ámbito privado si se quería, y pocas veces expuesto de manera abierta. No era necesario hacer una declaración de principios abiertamente a favor o en contra de nadie.

Actualmente, la necesidad de los políticos de contar con la lealtad no solo de la población, sino, además, de los informadores, hizo que estos convirtieran sus preferencias políticas y tendencias ideológicas en moneda pública. Posturas que condicionan y polarizan aún más el ejercicio de la profesión.

Se puede hablar de periodistas que se posicionan a favor del Gobierno – periodismo *militante*, periodismo *político* o prensa *oficialista* – y, por otro lado, de aquellos informadores que rechazan todo vínculo o ejercicio de la profesión que pudiese beneficiar al gobierno *kirchnerista* – periodismo *independiente*, que viene irremediabilmente a ser *antikircheristas* en esencia dadas las circunstancias –.

Los términos *militante* u *oficialista* ofrecen un contrasentido si se atiende al carácter independiente deseable en el ejercicio de la profesión, salvo que se trate de un periodista que trabaje como asesor de un partido político, dentro de un gabinete de prensa o en el departamento de comunicación de una marca. Por su parte, el vocablo *independiente*

hace referencia a la desvinculación de la profesión periodística de cualquier partido político o Gobierno.

Aun teniendo en cuenta ambas tendencias – periodismo *militante* y periodismo *independiente* –, se da por hecho que un periodista, en su ejercicio de informar, debe tratar de ser neutral. Pero está claro que ambas posturas se encuentran actualmente, no solo acotadas sino también reconocidas, por lo que resulta necesario redefinir el mapa de competencias del periodista en la sociedad argentina. Sin embargo, ni el periodista *militante* cuenta con un vínculo tan estrecho con el Frente para la Victoria (partido político liderado por Cristina Fernández de Kirchner)¹¹, ni el periodista *independiente* ejerce su labor de manera libre y autónoma. Como es lógico, siempre hay matices pero estas son las dos tendencias contrapuestas más evidentes hoy en día.

Hay quienes en la actualidad formulan definiciones para ambas posturas. Dante Augusto Palma, filósofo y doctor en Ciencia Política, colaborador en el programa *Seis en siete a las ocho* y autor del libro *El Adversario: periodistas y política en la era kirchnerista* señala:

Que el periodismo se autodenomine *independiente* es una de las formas en que se traviste su pretensión de neutralidad en el afán de diferenciarse de las facciones propias de la política. Esto viene acompañado de un conjunto de ataques hacia la política [...] Por un lado, se hace una trivialización *farandulesca* de los políticos [...] por otro, existe una compulsión a demonizar todo aquello que provenga de un *kirchnerismo* que agrupa a un conjunto heterogéneo de sectores, demandas y tradiciones [...]. Ser *militante* no se relacionaría con una voluntaria tergiversación sino con una inevitable condición de cada hombre. Desde esta perspectiva somos todos *militantes*, aun cuando no lo deseemos e incluso cuando aborrezcamos lo que generalmente se entiende por militancia (PALMA, 2012: 28).

Pablo Sirvén, secretario de redacción del diario *La Nación* y autor de *Perón y los medios de comunicación. La conflictiva relación de los Gobiernos justicialistas con la prensa. 1943-2011*, formula y da respuesta, por su parte, a la siguiente cuestión:

¿Cuál sería la diferencia entre un periodista *militante* y un periodista *profesional*? El primero antepone su ideología a la información, a la que interpreta a través de aquella. Lo demás se descarta o minimiza [...] El periodista *profesional*, aunque tenga ideología, de todos modos tratará de dejarla a un lado y procurará abordar la noticia sin preconcepciones, tratando de mostrar sus múltiples matices y contradicciones. Naturalmente, se trata de una persona y, como tal, no está exenta de pasiones y puede equivocarse. Por otra parte, se expresará dentro de los márgenes de la política editorial de la empresa periodística donde se desempeña (SIRVÉN, 2011:45).

Graciela Mochkofsky, periodista y autora de *Pecado original. Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder*, asegura:

El Gobierno abrió el espacio para un fenómeno específico: un periodismo oficialista y orgulloso de serlo. Se trataba de periodistas que abiertamente asumían la defensa del Gobierno, con un fervor de propagandistas que hasta hacía no mucho estaba mal visto y que en años anteriores era asociado con la corrupción, el oportunismo, una militancia política de larga data o la falta de mejores opciones (MOCHKOFKY, 2011:210).

¹¹ Sin tener en cuenta, claro está, los puestos de quienes realmente forman parte del Gabinete de Prensa de Cristina Fernández de Kirchner.

¿Cómo se articula esa *militancia* periodística? ¿Cómo se desarrolla esa *independencia* periodística? En el presente trabajo se van a analizar dos ejemplos muy concretos que dan cuenta de esta polaridad. Por ello, nos centraremos en dos programas de televisión de carácter político. Hablamos de *Periodismo para todos* (emitido en Canal 13, propiedad del Grupo Clarín) y de *Seis en el siete a las ocho* (programa que forma parte de la parrilla de la Televisión Pública – Canal 7 –, propiedad del Estado argentino).

5. Formatos televisivos actuales: *militancia e independencia*

El objetivo de este estudio es dar cuenta de las controversias que desprende esta polarización en el ámbito periodístico argentino, explicar en detalle las dos posturas, militante e independiente, por medio del análisis de dos casos concretos, de dos programas televisivos actuales de la TV argentina: *Seis en el siete a las ocho* y *Periodismo para todos*.

Existe una importante tradición de programas con tendencia anti Gobierno en la República Argentina; formatos que surgieron en la década de 1960 en la televisión privada. El humorista y presentador Tato Bores fue una de las primeras figuras al frente de este género de programas (*Good Show* [1993-1994], en Telefe, entre otros); más tarde Bernardo Neustadt (*Tiempo nuevo*, emitido durante 30 años en Telefe) o Mariano Grondona (*Hora clave*, programa que lleva en antena desde 1969 y que ha migrado por diferentes cadenas: ATC, Canal 9, C5N y Canal 26), hasta llegar a la actualidad de la mano de formatos de tipo archivo – programas en los que la totalidad de las imágenes utilizadas son extraídas de archivos [...] y que por el bajo coste que supone, son utilizados por todas las televisiones, como señala Jaime Barroso García (2002), donde destaca, además, que se trata de un formato que demanda la colaboración de departamentos de infografía y de postproducción tanto para identificar y señalar gráficamente los materiales recuperados como para introducir efectos visuales que enriquezcan y *espectacularicen* las presentaciones (2002: 55)–. Ejemplo de ello son los dos programas que se analizan en este trabajo: 6,7,8, aunque en este caso no se trata de un programa anti Gobierno sino que esta misma fórmula se emplea para hacer propaganda progubernamental, y *Periodismo para todos*, este sí anti Gobierno, donde se añaden dosis de investigación.

La diversidad de recursos que ofrece la tecnología y la creatividad periodística ha dado pie a un híbrido de formatos televisivos que se plasman, actualmente, en programas con variedad de contenidos y tratamientos.

Carmen Marta Lazo (2012: 44) hace mención de la hibridación en los formatos, de la que surge el *infotainment* o *infoshow*, plasmado en programas en los que se presenta la información con un estilo espectacular, próximo al entretenimiento y a la ficción, mediante la dramatización o reconstrucción de los hechos.

Seis en el siete a las ocho o 6,7,8 (como también se denomina al programa) responde, por tanto, a la definición de *infoshow*. Nos encontramos ante un espacio que hace uso, durante el sumario y en las piezas, de imágenes de archivo de otros programas para elaborar sus contenidos; hablamos de un material que incluye grandes dosis de postproducción e infografías.

6,7,8 utiliza un discurso irónico y repetitivo en cada uno de los reportajes y, además, apela a cuestiones que le interesa destacar sobre los contenidos emitidos en otros canales de televisión así como en radios o prensa escrita. Estilo editorial que también se traslada a las palabras del presentador durante sus intervenciones así como a los colaboradores y periodistas que participan, durante los sucesivos bloques del programa, en los debates.

Periodismo para todos es el resultado de un híbrido aun más complejo. En cada programa se emiten una gran variedad de reportajes de investigación que guardan relación con la actualidad social y política de la República Argentina, y con las actividades que atañen a los funcionarios del partido político al frente del país (Frente para la Victoria).

Un equipo de periodistas y colaboradores ofrecen, en directo, a lo largo del programa, “últimas horas” y datos de relevancia sobre cuestiones vinculadas con los reportajes previamente emitidos.

El espacio también cuenta con *sketches*, cargados de humor e ironía, que amenizan la información; en estos, actores e imitadores se ponen en la piel de los principales líderes políticos y consiguen, así, crear personajes caricaturescos.

El programa siempre comienza con un monólogo del presentador – Jorge Lanata –, en el que, a modo de sumario y a través de un discurso desenfadado, realiza una aproximación a los temas de los que se hablará.

Nos referimos a dos formatos de programas donde se habla de actualidad pero que también incluyen altas dosis de humor con el objetivo de entretener.

Mientras 6,7,8 cumple el papel de *justiciero* y *abogado defensor* del Gobierno ante los medios, aludiendo a los *maltratos* e *injurias* que sufren Cristina Fernández y su entorno - a través de imágenes extraídas, que posteriormente dan forma a los reportajes, de los contenidos emitidos por otros medios y donde supuestamente se vuelven explícitos los *agravios contra el Gobierno* -, *Periodismo para todos* se presenta como el *fiscal* o el *dedo acusador* en aquellos asuntos en los que se entiende que el Gobierno actual no está actuando correctamente. Cuenta con una labor periodística de fondo, reflejada en reportajes de investigación y en la búsqueda continua de acciones presuntamente *malintencionadas* por parte del *kirchnerismo* y que, de alguna manera, afectan a la ciudadanía o se le ocultan.

5.1 Seis en el siete a las ocho (6,7,8)



6,7,8 se emitió por primera vez el 9 de marzo de 2009 en la Televisión Pública de Argentina. En este trabajo nos hemos ocupado de analizar los programas emitidos desde el 23 de abril al 30 de septiembre de 2012, un total de 116 programas (hablamos de un programa diario, pero que en 41 ocasiones no fue emitido por diversas cuestiones, entre ellas: la retransmisión de partidos de fútbol, torneos de diversas disciplinas deportivas o cadenas nacionales). Se trata de un análisis exhaustivo del discurso utilizado en este programa, el formato, el tratamiento de las imágenes, el lenguaje empleado por el presentador e invitados...

El estudio de este programa, como señala María Julia Oliván (2010), no puede llevarse a cabo sin tener en cuenta el contexto de aparición; y es que la primera entrega de 6,7,8 tuvo lugar en un año marcado por las elecciones parlamentarias que originalmente debían celebrarse en el mes de octubre pero que se adelantaron al 28 de junio. Por tanto, las primeras emisiones del programa estuvieron atravesadas por el debate electoral.

El año 2009 también estuvo determinado por un cambio fundamental en el sector audiovisual: la modificación y posterior puesta en marcha de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522)¹², con artículos que generan debate y, sobre todo, reticencias por parte de las grandes corporaciones mediáticas, entre ellas, el Grupo Clarín¹³.

El objetivo de esta ley consiste, siguiendo las directrices marcadas por la Constitución Argentina, en ordenar la adecuación para los grupos que tengan muchas licencias y garantizar más pluralidad de voces y más libertad de expresión. El artículo 161 de la nueva Ley de Medios, por tanto, insta a la adecuación a aquellos medios que superen las 24 licencias de televisión por cable o 10 de las denominadas abiertas (radio AM, FM o de televisión en abierto).

Los *spots*¹⁴ lanzados en televisión por el Gobierno aseguran que el Grupo Clarín cuenta con más de 240 sistemas de cable, 9 radios AM, 1 FM y 4 canales de televisión en abierto.

Los puntos clave de la mencionada ley, además del número límite de licencias adquiridas, son: la reglamentación de la cantidad de publicidad emitida por cable, el mínimo requerido de producción nacional (retransmisión de cine nacional), el 30% del

¹² Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. <http://www.afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522/> (Consultado por última vez el 16/05/2013)

¹³ Reportaje de 6,7,8 acerca de los medios que se oponen a la Ley de Medios (Consultado por última vez el 16/05/2013) <http://www.youtube.com/watch?v=26zC5pnZkoY>

¹⁴ Spot del Gobierno argentino sobre la Ley de Medios. <http://www.youtube.com/watch?v=R9mlrNpdd5w> (Consultado por última vez el 02/05/2013)

espectro reservado para entidades sin fines de lucro (televisiones universitarias), la creación de Radio y Televisión Argentina (empresas del Estado, Canal 7) y la producción de contenidos locales en las emisoras del interior del país.

Este contexto ayudó a que 6,7,8 se posicionara de manera rápida y eficaz como un programa oficialista.

El nombre del programa alude al número de colaboradores – seis – que participan en cada edición, incluido el presentador; a la cadena en que se emite, el Canal 7, y, al horario en que los espectadores pueden verlo, las veinte horas. Se trata de un programa diario que en ocasiones, debido a la emisión de torneos deportivos, ve interrumpida su emisión.

María Julia Oliván fue la primera presentadora del programa, únicamente durante la temporada inicial; a partir de entonces, la sucedieron Luciano Galende (periodista), Carlos Barragán (humorista y guionista) y Jorge Dorio (periodista, escritor y actor). Estos dos últimos habían participado en los debates del programa durante las primeras temporadas.

La selección de los contenidos del programa así como la producción (selección de invitados) no solo han sido cuestionadas por los medios opositores; María Julia Oliván señala que, durante su participación en el programa, la dirección le negaba una intervención directa en la preparación de los contenidos: “Nunca antes había sucedido que un periodista asumiera el compromiso de criticar a otro periodista. Ese lugar incómodo solo lo adoptó 6,7,8, y esa fue una de las cosas que me alejó del ciclo” (2010: 44).

La incorporación del periodista Luciano Galende tuvo lugar inmediatamente después de que Oliván renunciara al mando del programa, y un año después de ejercer como columnista en un programa del Grupo Clarín (*Mañanas informales*).

El perfil de Carlos Barragán resulta un tanto opuesto a su antecesor: ha sido taxista e incluso trabajó como kiosquero. No fue hasta 2009 cuando comenzó como panelista en televisión (en concreto en 6,7,8). Sin embargo, su trayectoria destaca por sus dotes de humor a la hora de redactar guiones en diversos programas de radio y televisión argentinos, oficio que guarda poca relación con su formación como psicólogo. Pero Barragán cobró protagonismo antes de asumir el rol de presentador, y esto fue debido a que compuso una canción – adoptada como himno – que se pretendía incorporar como seña de identidad del programa. En esta se proclaman duras críticas a los opositores del Gobierno y se reivindica la posición oficialista del programa y de sus seguidores:¹⁵

Será porque no toco el clarín
Que me parece evidente
Que los hijos de gente noble
Son hijos de otra gente
Que nunca pudo ver TN,
Si no, ¿por qué esquivan el ADN? [...]
Lo que me pasa, ya lo sé

¹⁵ Programa 6,7,8 emitido el 06/03/2011. Himno de Carlos Barragán. http://www.youtube.com/watch?v=YfJE9h_yhUg (Consultado por última vez el 02/05/2013)

Y es que yo soy,
 Soy la mierda oficialista [...]
 Prefiero a Néstor con su ojo desviado
 Que el ojo del amo engordando el ganado¹⁶ [...]

La carrera de Jorge Dorio tampoco pasa desapercibida. El periodista trabajó en el equipo del reconocido presentador radiofónico Alejandro Dolina, pero también fue comentarista desde el 2003 y durante cuatro años consecutivos del *reality show Gran hermano* (Argentina). Además, en cuatro ocasiones demostró sus dotes artísticas en el cine argentino junto a actores como Darío Grandinetti, Nacha Guevara, China Zorrilla o Carolina Papaleo.



El texto que en su conjunto da forma al discurso, tanto de los presentadores como de los colaboradores, “contribuye a definir el cuadro histórico, geográfico, social y cultural que le alberga. Todo lo que afirma y el modo en que lo hace reestructuran, al menos para la percepción común, la realidad circundante” (CASETTI y DI CHIO, 1999: 294). A continuación se hará referencia al estilo discursivo empleado en el programa 6,7,8; cuestión que también será analizada en el apartado dedicado al programa *Periodismo para todos*.

En las intervenciones del presentador así como en las locuciones de las piezas y el sumario del programa, se hace uso de un estilo irónico y satírico en el que se incluye, en ocasiones, dosis de humor.

Un lenguaje verbal del que cabe destacar las siguientes intervenciones:

¹⁶ Equivalente a: *periodistas del Grupo Clarín y a la prensa opositora al Gobierno central*

-“Acá vamos a estar durante un buen rato **ejerciendo la libertad de expresión, libertad de extracción, libertad de expropiación y todas esas cosas...**”. (Luciano Galende. 6,7,8, 06/05/2012)

-“Bueno, **parece que las conferencias de prensa son muy importantes para algunas personas**”. (En referencia al lema “Queremos preguntar” de la manifestación realizada por periodistas en el programa *Periodismo para todos*, 15/05/2012. 6,7,8)

-“**Para los que dicen que 6,7,8 sólo pone buenas noticias...**una no tan buena: Moria renunciaría a “*El Bailando por un sueño*”. (Locución del sumario del programa emitido el 15/05/2012 en 6,7,8)

-“Miren como Magnetto envió a un lobbista al Hotel en Calafate, que según Lanata es de Cristina; y, luego, **cómo graban con cámara oculta para hacer un show para el Grupo Clarín [...]** Presten atención y fíjense cómo quién se la pasó diciendo que Clarín es el más débil, maltrata de manera vergonzosa y extorsiva a un empleado del Hotel con el único fin de obtener más material televisivo para el **grupo de medios más poderoso**”. (Locución perteneciente al sumario del programa emitido el 23/04/2012 en 6,7,8)

En cuanto a los invitados del programa, se puede hacer un listado que presenta un denominador común: todos ellos – por el cargo u oficio que les atañe – muestran simpatía por *la causa*, el *kirchnerismo*. El debate del programa de 6,7,8 – emitido el 15 de mayo de 2012 – acerca del periodismo y los monopolios audiovisuales sirve para extraer ejemplos del estilo discursivo de los colaboradores e invitados, y de su tendencia ideológica:

- “Durante muchos años, en la Argentina, los fiscales de la República fueron los periodistas. Eso es lo que se terminó, que los medios de comunicación sean el poder real oculto; y, los periodistas, los fiscales que determinan lo que está mal y lo que está bien. Como ese eje se cambió y estamos todos obligados a posicionarnos políticamente, nos guste o no nos guste, porque la realidad es la que nos obliga... esta gente como no quiere posicionarse, juega por ahí. [...] Nosotros decimos desde dónde hablamos, ellos empezaron a decir desde dónde hablan porque lo dijeron desde un programa del grupo empresarial más concentrado, y uno de los más monopólicos del mundo”. (Mariana Moyano, 15/05/2012. 6,7,8)
- “A mí me parece que ejercer la crítica tampoco te pone de la vereda de enfrente. Es otra falacia que pretenden instalar las corporaciones para, justamente, seguir generando los intereses políticos que hay detrás de lo que ellos llaman periodismo” (Cynthia García, 15/05/2012. 6,7,8)
- “Me parece que lo importante es aceptar que la polarización no es negativa porque sí. Yo creo lo contrario, que es bueno que exista esta polarización porque en la Argentina la gente otra vez se ha interesado por la política”. (Eduardo Jozami, 15/05/2012. 6,7,8)

- “En los años 90 los periodistas y los medios se escondían o escudaban en que la política como herramienta de transformación social había perdido sentido porque no había convicción. Nadie creía que se podía cambiar nada. Cuando la política vuelve a ser un elemento de transformación, me parece que el periodismo también se coloca en otro lugar y los medios empiezan a reflejar eso. Lo empiezan a reflejar desde la convicción de muchos. Y, esto es lo que está actualmente en escena” (Nora Veiras, 15/05/2012. 6,7,8)

6,7,8 ha contado con la colaboración de Werner Pertot (periodista de Página/12), Sebastian Abrevaya (periodista de Página/12), Eduardo Valdés (periodista de Canal 26), Telma Luzzani (periodista especializada en política, Radio Nacional), además de la de funcionarios de la talla de Néstor Kirchner (presidente de la Nación durante el periodo 2003-2007), Emilio Pérsico (secretario general del Movimiento Evita), Damián Loreti (abogado y partícipe en la redacción de la reforma de la Ley de Medios), Carlos Kunkel (diputado de Frente para la Victoria) o Andrés Larroque (diputado de Frente para la Victoria) e incluso de la de artistas y personalidades como Daniel Fanego (actor) o Diego Armando Maradona.

El programa cuenta con un panel habitual de tres periodistas pro Gobierno; hablamos de Cinthia García, Sandra Russo y Mariana Moyano.



De esta manera 6,7,8 se presenta como un programa en el que la proclamación abierta de una posición periodística a favor del *kirchnerismo* no genera complejo alguno, quizás porque cuenta con el aval de ser emitido en la cadena pública. Una postura que se ejecuta no solo a través del reconocimiento público que los periodistas/colaboradores del programa manifiestan a favor del Gobierno, sino también en los reportajes que se emiten y que únicamente recogen las críticas que desde otros medios reciben Cristina Fernández y su equipo de Gobierno. La lealtad *kirchnerista* se pone de manifiesto en las intervenciones halagadoras de los presentes en el programa.

Se puede decir que 6,7,8 está integrado por un grupo de no militantes políticos que, sin embargo, se muestran afines al Gobierno desde su posición como periodistas o agentes sociales.

5.1.1 Producción, formato y contenido

Géneros periodísticos y tratamiento

Seis en el siete a las ocho llegó a las pantallas argentinas como un híbrido de programas de archivo, formato similar al de espacios como *Televisión registrada*¹⁷ o *Duro de domar*¹⁸, todos ellos bajo la producción de Diego Gvirtz, dueño de la productora *Pensado para televisión*.

El estilo de Gvirtz queda impreso en cada uno de los formatos que ha llevado a la pantalla, programas que se sirven del archivo de otros canales de televisión para generar sus propios contenidos. Hablamos de espacios que combinan humor, información y entretenimiento, además de debates y entrevistas a invitados especiales.

La producción que caracteriza a este programa podría clasificarse, si tenemos en cuenta la tipología propuesta por Jaime Barroso García (2002:48), en las de tipo *única*. Consiste en una serie de capítulos que son ofrecidos diariamente a la audiencia, donde se recuperan algunos criterios utilizados en las ediciones anteriores, pero con la particularidad de que cada nueva entrega o emisión es diferente respecto a los contenidos y fórmula de realización.

6,7,8 se emite a diario y funciona como un programa de tipo archivo, que hace uso de un amplio número de piezas informativas. A través una selección crítica de los contenidos, escoge los titulares o intervenciones – tanto de radio como de televisión – que resultan menos afines al Gobierno Kirchnerista y que, a su vez, sirven como punto de partida a réplicas tanto del presentador como de los invitados. Selección de temas de actualidad que se convierte en informes presentados a la audiencia en forma de cebos, colas, noticias y reportajes.

Trabaja sobre lo que acontece en el día a día en cada uno de los medios argentinos, aunque en ocasiones también hace mención de la prensa extranjera (radio, televisión, prensa escrita y digital) – resulta novedosa la incorporación de prensa gráfica y radiofónica a este tipo de formatos –.

Es un programa con contenido periodístico porque genera noticias propias mediante las declaraciones de los invitados, a lo que se suman las características de un programa de análisis político por los temas que se debaten.

5.1. 2. Estudio de caso: 6,7,8

A continuación se explicará la estructura de 6,7,8 y para ello se ha tomado como referencia la emisión del 24 de mayo de 2011, programa¹⁹ al que asistieron como

¹⁷ Canal oficial de *Televisión registrada* (TVR) – Emitido en primera instancia en América Televisión (1999- 2006), posteriormente en la cadena *El Trece* (2006-2009) y en la actualidad en Canal 9. <http://www.youtube.com/user/informesTVR>

¹⁸ Canal oficial de *Duro de Domar*. Emitido durante la primera temporada en *El trece* (2005-2006) y actualmente en Canal 9 (2006-2013); durante su emisión en el Grupo Clarín se denominó *Indomables*. <http://www.youtube.com/user/DuroDeDomarOficial>

¹⁹ Canal oficial de 6,7,8 en YouTube (Consultado por última vez el 03/05/2013): <http://www.youtube.com/watch?v=VqLFDcSQ6sA>

invitados la periodista Isabel Sarlo, el filósofo Ricardo Foster y Gabriel Mariotto, titular de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

El motor de arranque del espacio son breves informes a modo de sumario, temas que generan debate entre los invitados a lo largo de un programa de aproximadamente una hora y veinte minutos de duración, y que está compuesto por tres bloques separados mediante tandas publicitarias.

Las cuestiones tratadas en este programa fueron: la concentración y toma por parte de un grupo de indignados de la televisión regional de Murcia (España), declaraciones de Elisa Carrió (política argentina) donde asegura que desde el fallecimiento de Néstor Kirchner duerme más tranquila, las repercusiones tras la gala de entrega de los Premios Clarín, cortes de Susana Giménez (actriz y presentadora de televisión) donde hace referencia a la inseguridad en la Argentina, extractos de una noticia publicada en el periódico *La Nación* acerca del político Alfonsín; y, por último, un pequeño apartado de breves noticias: medida cautelar que ordena la actuación del Grupo Clarín en Villa María, triunfos de tenistas argentinos en el campeonato de Roland Garros y el disco de platino concedido al cantante Vicentico por su último álbum *Sólo un momento*.

Si nos detenemos en el análisis del tratamiento de la imagen, se puede destacar el uso de una particular voz en *off* e imágenes cuidadosamente seleccionadas, mediante las cuales se presentan los temas que se tratarán en las piezas posteriores, todas ellas editadas de manera única y particular.

Por ejemplo, el primer informe del día 24 de mayo, titulado “Masivas protestas en España y otros países de Europa contra los ajustes: la estigmatización de los medios españoles”, cuenta con totales de un grupo de indignados que habían tomado la televisión de Murcia, manifestantes en la Puerta del Sol (Madrid), intervenciones de los presentadores y contertulios de *El gato al agua* (Intereconomía), un corte de César Vidal en Esradio (FM 99.1) o totales de José Miguel Monzón Navarro – el Gran Wyoming – (*El intermedio*, *La Sexta*). También se insertan a lo largo de la pieza recortes de artículos de periódicos como *ABC* y *La Nación*. El primero hace referencia a la toma del medio murciano y el otro, a los grandes inversores en medios de comunicación argentinos (Citibank y Goldman Sachs).

En los totales seleccionados, se hace alusión a la manipulación o falta de pluralidad en los medios de comunicación. “Hasta dónde van a durar la censura y la manipulación informativa que degradan la profesión del periodismo hasta traspasar límites humillantes [...] Por un periodismo libre de censura y extorsión”, señalaba el portavoz del grupo de indignados que tomó la televisión regional de Murcia. En la Puerta del Sol, un manifestante proclamaba “Estamos cansados de que las noticias se manipulen y tergiversen; lo que se ve habitualmente en la televisión es una vergüenza”. Posteriormente, otro protestante añadía: “Denunciamos lo que hacen los medios, la manipulación mediática que existe en España y en los grandes medios que están pagando por el capital y dicen lo que sus jefes les mandan; y su jefe es el mercado”.

La repetición de determinados totales, – un ejemplo es el última declaración señalada – dentro de una misma pieza, es un rasgo característico de los videos de 6,7,8, en cuya oportunidad aparecen postproducidos en blanco y negro y con un audio al que se añade

un efecto de eco. Además, se transcriben las palabras de los protagonistas a modo de subtítulos; estas aparecen distribuidas aleatoriamente por la pantalla y en color blanco o amarillo.

En lo que respecta a la incorporación de prensa escrita, se realiza una selección del fragmento del artículo y se inserta sobre una base de infografía. Cada pieza es locutada por el mismo periodista que interviene en el sumario.



Al finalizar el sumario el conductor del programa presenta a los invitados del día, tras lo que da paso al primer informe y, a continuación, a la apertura del debate.

La estructura del programa se podría identificar con la de una pirámide invertida, donde los contenidos más relevantes son presentados al inicio del programa, mientras que los reservados para los sucesivos bloques revisten menor importancia.

En los siguientes dos bloques es visionado el resto de reportajes y noticias y, posteriormente, se abre una ronda de preguntas que son lanzadas por el presentador y que sirven de punto de partida para continuar el debate hasta el final del programa.

Desde que se emitió por primera vez, en 2009, su estilo editorial – *justiciero* – se ha mantenido, pero la estructura de las secciones ha cambiado e incluso algunas han desaparecido, como, por ejemplo, *El recreo*; una sección utilizada para desviar la tensión producida por temas polémicos, lo que explica la incorporación de colaboradores en plató que amenizan los debates con su estilo humorístico (Jorge Dorio cumplió con este propósito durante sus intervenciones). El programa incluye más secciones:

El club de la buena onda: colas previas al paso a publicidad, acompañadas de música nacional, donde se da protagonismo a los ciudadanos. En estos fragmentos se pueden observar banderas, escudos nacionales, colores y símbolos patrios portados por los ciudadanos en sus vestimentas o en mano durante actos nacionales o manifestaciones.



El influenciómetro, sección que saca a la palestra la opinión pública; por ejemplo, las preferencias de la audiencia a la hora de elegir un informativo. El análisis de un reportero, tras haber recogido en la calle un vox pópuli y acompañado de un termómetro insertado en pantalla mediante infografía, hace de pulso de opinión de los ciudadanos, donde el color amarillo representa la conformidad y el rojo, el descontento.

El Grupo Clarín ha sido y es un claro objetivo en la edición de las piezas de 6,7,8; la sección *Para todos menos para uno* daba cuenta de noticias de actualidad que, de manera presuntamente premeditada, habían sido publicadas por todos los medios excepto por Clarín, que había preferido ignorarla.

En el programa del día 30 de abril de 2012, 6,7,8 titulaba en el sumario: “El 35 aniversario de la primera ronda de las Madres de Plaza de Mayo. *Clarín* y *La Nación* ignoraron el tema en sus ediciones impresas”. Este fragmento sirve como ejemplo de noticias que son obviadas por medios opositores como *Clarín* o *La Nación* en sus publicaciones.

Beatriz Sarlo (2011), ensayista y periodista anti *K*, denuncia la finalidad propagandística y el doble discurso que se esconde tras la edición de cada una de las piezas que se emiten en 6,7,8. Habla, incluso, de manipulación del material emitido.

La principal estrategia del programa consiste en presentar a los opositores del modo más conveniente para las abrumadoras críticas que siguen a los clips audiovisuales, donde previamente el montaje hizo pedazos cualquier discurso emitido en algún canal o diario enemigos [...] queda claro que no puede presentar el pensamiento de nadie por medio de tres operaciones combinadas: cortar frases en picadillo, descontextualizarlas y repetirlas para que den la impresión de que han sido pronunciadas por un obsesivo grave (SARLO, 2011:107).

Cabe destacar uno de los factores que según Cebrían Herreros (1995: 95) influye en la deformación informativa. El autor de la obra *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*, habla de la generalización en la comprensión del espectador al considerar que una realidad determinada representa la totalidad de la realidad del suceso. 6,7,8, en este caso, elabora sus reportajes a partir de una selección

exhaustiva de contenidos de actualidad. Las secuencias utilizadas responden a la premisa planteada por Cebrián Herreros “si las imágenes son sensacionalistas en el sentido de que recogen un aspecto inédito y sobrecogedor del hecho, aunque el resto del hecho no tenga mayor importancia, el receptor puede interpretarlo como algo grave cuando no lo es”.

En el montaje de las piezas, la repetición visual y sonora se vuelve fundamental; el objetivo de la producción del programa es, según Oliván (2010), “machacar sobre sus ideas, como un intento pedagógico”.

El plató donde se realiza el programa es sencillo, al igual que su mobiliario, pero los colores utilizados son los que aportan fuerza al espacio; una estética austera, cercana a la gente. El estudio de grabación se divide en dos áreas: por un lado, las gradas donde se sitúa el público presente y, por otro, aquella donde una mesa con forma de semicírculo se convierte en la protagonista de los debates diarios.

Las fuentes de información utilizadas por 6,7,8 para rebatir los *ataques* de los medios opositores son el periódico *Página/12*, los informativos de la Televisión Pública (Canal 7), las intervenciones radiofónicas de Víctor Hugo Morales (Radio Continental) y los discursos de Cristina Fernández (ruedas de prensa y cadenas nacionales), intervenciones que son insertadas en las piezas – recuperadas de los archivos de los medios anti *kirchneristas* – para restar importancia a las críticas.

El programa es incisivo con quien considera enemigo de *la causa*. El discurso empleado durante la presentación de las piezas, pero también el del propio presentador, es informal. Remarca y resalta todo aquello que se considera ofensivo no solo hacia Cristina Fernández de Kirchner, sino, además, en lo que respecta a comentarios hacia el propio programa; en ocasiones, se roza el sensacionalismo. Los halagos hacia el Gobierno también forman parte del guión en la edición de las piezas informativas...

- “El negocio de generar pánico. ¿En qué han convertido esa ciudad que amo? Es la ciudad más violenta del mundo” (Eduardo Galeano.6,7,8. Programa emitido el 29/12/2009)
- “Esto es empezar a solucionar, a 20 años, el tema de la inseguridad [...] esa es la manera: no metiendo bala y matando a aquel que mata” (Alejandro Fantino en el programa *Animales sueltos*, respecto a las medidas de seguridad adoptadas por el Gobierno. 6,7,8. Programa emitido el 20/12/2010)
- “El desesperado intento de *Telenoche* para que Darín critique al Gobierno” (6,7,8. Programa emitido el 25/02/2011)
- “*Clarín* escracha con mentiras al que piensa distinto”, en referencia al artículo publicado en el periódico *Clarín*: “*Lanata y el libro que habla sobre Víctor Hugo Morales y la dictadura*”²⁰. 6,7,8. Programa emitido el 30/07/2012)

²⁰http://www.clarin.com/politica/Lanata-Victor-Hugo-Morales-dictadura_0_746325493.html (Consultado por última vez el 07/04/2013)

- “Irrebatible argumento de *Clarín* para defender la militancia derechosa de Suar y *Telenoche*”. (6,7,8. Programa emitido el 28/01/2013)

La participación de reconocidas figuras del espectáculo y simpatizantes del *kirchnerismo*, cobra protagonismo en las emisiones de 6,7,8. El programa no solo incluye en las piezas fragmentos que dan cuenta del exacerbado patriotismo de los ciudadanos, sino que se sirve también de imágenes que recogen las personalidades presentes en actos públicos o ruedas de prensa donde se encuentra la presidenta.

El día 27 de Octubre de 2010 – fecha del fallecimiento de Néstor Kirchner – 6,7,8 realizó un programa especial en memoria del ex presidente y su labor durante los últimos años de su mandato. El espacio logró un multitudinario seguimiento, que según las palabras del presentador Luciano Galende correspondía a un público que se iba renovando en directo. Figuras no solo de la pequeña pantalla, también actores de cine, como Cecilia Roth, Ana María Picchio, Nancy Duplá, Soledad Silveyra, Florencia Peña o Mercedes Morán se dieron cita en el plató; hecho que se repitió en el primer aniversario del cumpleaños del ex presidente – febrero de 2011–, acto en el que también se mostraron conmovidos.



Jorge Lanata y los grupos de medios de comunicación opositores al Gobierno son los protagonistas de los contenidos de 6,7,8. Desde que *Periodismo para todos* se emitió por primera vez en abril de 2012, *Seis en el siete a las ocho* se ha mostrado especialmente hostil no solo hacia los responsables del Grupo Clarín, sino también hacia los periodistas que trabajan en el medio.

5.2 Periodismo para todos (PPT)



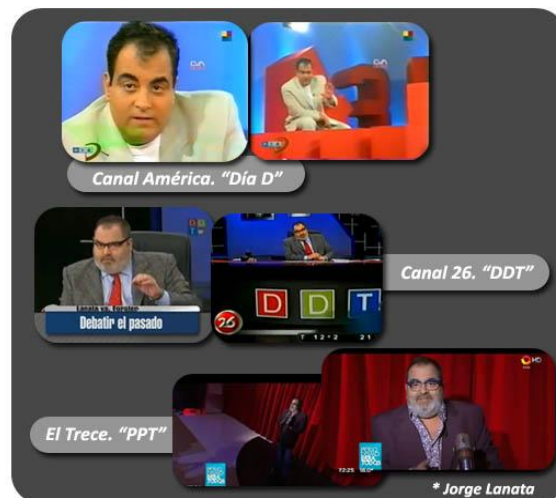
Periodismo para todos se emitió por primera vez el 15 de abril de 2012 en la cadena privada El trece (Grupo Clarín). Se trata de un programa de corte político, emitido todos

los domingos a las 23:00 horas, y presentado por el periodista Jorge Lanata. El espacio cuenta con la colaboración de diversos periodistas, entre ellos: Nicolás Wiñazki, Luciana Geuna, Ismael Bermúdez o Mariel Fitz Patrick, entre otros, en la realización de los reportajes de investigación.

En este trabajo nos hemos ocupado de analizar los programas emitidos desde el 15 de abril al 30 de septiembre de 2012, un total de 24 programas (hablamos de un espacio semanal y que únicamente no fue emitido el día 27 de mayo de 2012 debido a que la parrilla televisiva se vio modificada por la entrega de los premios *Martín Fierro*). Se trata de un estudio exhaustivo del programa, en donde se hará referencia al estilo discursivo del presentador y colaboradores, el formato del programa, la producción del contenido...

Lanata es uno de los periodistas de investigación más reconocidos de la República Argentina. Cuenta con una larga trayectoria profesional: ha formado parte del equipo periodístico de diarios como *Página/ 12* o *Veintitrés* – del cual fue fundador –, en la radio estuvo al frente de programas como *Lanata AM* (Radio del Plata), *Rompe cabezas* o *Lanata sin filtro*, entre otros. Aunque su popularidad se forjó con la presentación de programas televisivos como *Día D* (Canal América), *Después de todo* (Canal 26) o, actualmente, *Periodismo para todos* (El Trece, Grupo Clarín).

A lo largo de su trayectoria ha escrito más de diez libros, participado en obras de teatro e, incluso, en documentales.



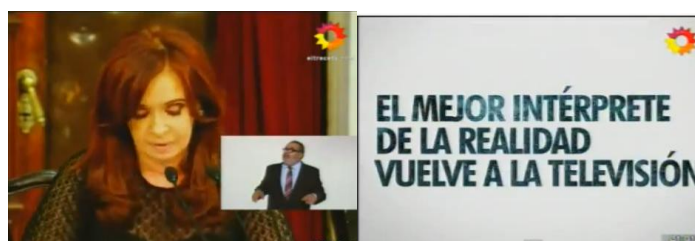
Lanata llega a la pantalla de los argentinos con un estilo que ha sabido mantener y que ha evolucionado a lo largo de su carrera. Sin duda, el monólogo es su sello de identidad. Un discurso cargado de ironía para tratar temas políticos, a través del cual pretende traspasar el televisor y acercar a los argentinos la actualidad del país desde su particular mirada. Estilo que logró vincular su apellido con el de prestigiosos programas encabezados por periodistas de la talla de Tato Bores (*Good Show*, 1993) o Bernardo Neustadt (*Tiempo nuevo*, 1966), entre otros referentes y pioneros de programas políticos en la televisión argentina.

Un híbrido de géneros conforma la estructura de este programa que se aproxima a un formato de tipo *Infoshow*, comparable con programas españoles de tinte humorístico como pueden ser *Buenafuente* (Andreu Buenafuente) o *El intermedio*, presentado por José Miguel Monzón Navarro – El Gran Wyoming – en el que la actualidad es la protagonista.

Antes de que empezara a emitirse *Periodismo para todos*, las autopromociones realizadas por la cadena El trece hacían alarde de su inminente regreso a la televisión, a través de breves *sketches* que llevaban impreso su sello personal: el humor.

Ejemplo de autopromoción:

*Autopromoción 1.*²¹

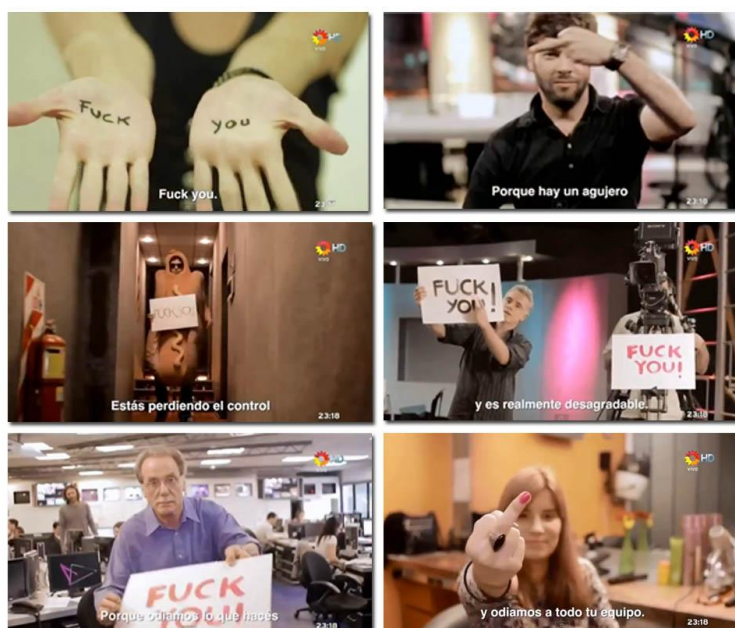


Desde el primer programa, *PPT* tomó una posición anti *K*, dejó claro sobre qué páginas se escribiría cada capítulo. La letra de la sintonía de apertura – *Fuck you* (Lily Allen) – del programa comenzaba a labrar el terreno de una batalla que, día a día, iría alimentando la hostilidad de Cristina Fernández hacia el Grupo Clarín, aunque nunca reconocieran desde la producción que el mensaje estaba explícitamente dirigido al Gobierno.

Yo nunca dije que el *fuck you* sea contra Cristina. Puede ser contra Cristina o puede ser contra cualquier otra cosa. Puede ser contra Macri, puede ser contra Videla [...] Me parece que arrancar un programa con *fuck you* está bueno, porque es una manera de decir “Váyanse todos al carajo” (Jorge Lanata. *Periodismo para todos*. 24/06/2012)²².

²¹ Autopromoción de *PPT*. <http://www.youtube.com/watch?v=mbWJeN84l3g> (Consultado por última vez el 02/02/2013)

²² http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos/24-de-junio-periodismo-para-todos_052991 (Consultado por última vez el 02/02/2013)



Cabecera de presentación de *Periodismo para Todos* ²³

Hablamos de una producción que nace como revulsivo contra el periodismo *militante*, contra el *kirchnerismo*, contra el Gobierno actual. Se presenta como un modelo de programa y de ideología alternativo al que se promueve desde el Gobierno y desde programas como 6,7,8.

El 15 de abril de 2012, Jorge Lanata iniciaba el espacio haciendo mención de la inseguridad, argumento mediante el cual introdujo el propósito del programa:

Yo quisiera que este programa sirva para que perdamos el miedo. No se puede vivir con miedo. No conduce a nada. Y, además, el miedo siempre es peor que la realidad. Me gustaría que juntos pudiéramos perder el miedo. Olvidate del programa; que nos sirva para la vida (Jorge Lanata, 15/04/2012)²⁴.

Estilo discursivo

En lo referente al lenguaje verbal, en concreto a los discursos de Jorge Lanata a lo largo de los programas emitidos durante la primera temporada, cabe destacar el estilo informal de sus intervenciones:

- “Te dicen que fuiste el mejor pero te dan una **patada en el culo** porque te dicen que no les conviene que hables” (15/04/2012)

²³ Cabecera presentación de PPT. <http://www.youtube.com/watch?v=3iD5tpNNIoY> (Consultado por última vez el 02/02/2013)

²⁴ http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos/15-de-abril-%E2%80%93-periodismo-para-todos_052083 (Consultado por última vez el 02/02/2013)

- “Estos **hijos de puta** sirven para demostrar que, al menos, en algunas cosas, estamos todos de acuerdo” (15/04/2012)
- “Menos de las cosas importantes, nos preocupamos de **todo tipo de boludeces**” (06/05/2012)
- “**¡A la mierda!**....estarán haciendo realmente once viviendas o será un verso” (24/06/2012)

El estilo irónico y satírico de Lanata se puede extrapolar, también, al utilizado por los periodistas colaboradores durante sus intervenciones en el programa:



Periodistas colaboradores de Periodismo para todos

- “La compañía, durante el primer año de la gestión de Axel Kicillof perdió 500 millones de dólares; en el segundo año, se esmeró y bajo a 480 millones de dólares. **Para tanto título, medalla de oro y demás, no está...**” (Intervención de la periodista Cecilia Boufflet, respecto a Axel Kicillof, interventor de parte de la gestión de Aerolíneas Argentinas. 22/04/2012, *PPT*)
- “**Moreno no habló pero te mandó un regalo**”, a continuación el periodista Nicolás Wiñazki entrega a Jorge Lanata una caja de cerillas que tiene impreso el lema “Clarín miente”. (Intervención tras un reportaje donde Guillermo Moreno, secretario de Comercio Exterior del Gobierno K, se niega a contestar a las preguntas planteadas por el periodista. 29/05/2012, *PPT*)
- “Unos días de después de haber llegado de Angola, hicieron en la explanada de la Casa Rosada, en Plaza de Mayo, una presentación de la

cosechadora [...] está **pipi cucú la cosechadora**” (Intervención de Matias Longoni, en referencia al reportaje emitido el 29 de abril de 2012 en *PPT*, sobre la falta de transparencia en la negociación de cosechadoras entre Angola y Argentina)

- ¿Sabes cuánta plata recibió TBA – Trenes de Buenos Aires S.A. – desde 2003? 1.900 millones de pesos. Seguramente, como vimos en el informe, **los pasajeros que viajan en la línea de trenes Sarmiento deben creer que algunos de esos millones se fueron en algún cambio de vías**” (Mariel Fitz Patrick, respecto al reportaje sobre la línea de trenes Sarmiento. 13/05/2012, *PPT*)

Las cartas abiertas de Jorge Lanata forman parte de su *ritual* periodístico. En estos discursos leídos – como si de un artículo editorial se tratase –, el periodista se dirige directamente a una figura política; un recurso que también ha utilizado en otros programas como *Después de todo* (Canal 26). El 3 de junio de 2012, Lanata hacía uso, nuevamente, de su particular retórica.

Fui víctima de cómo el Gobierno reescribe la historia como quiere. Y pone a personas y las saca de las fotos como quiere. Como hacían los soviéticos. Señora presidenta, me parece patético que me hayan convertido en el primer desaparecido de *Página/ 12*²⁵. Se llena la boca hablando de identidad, de origen y de derechos humanos... y no respeta ni mi identidad, ni mi origen ni mis derechos humanos. Yo no estoy sangrando por la herida, señora. Yo no necesito un diploma, le juro que no. No es la primera vez que censuran mi nombre en *Página/ 12*, desde que me fui, hace muchos años. Soy para muchos de los que quedaron en el diario una especie de testigo molesto; lo entiendo porque usted estaba el otro día rodeada de un ex vendedor de camisas y de un pequeño abogado. Cada uno elige a sus compañías, pero lo patético y triste de esto era ver ahí a la presidenta de la Argentina tratando de reescribir la historia a su medida y a su gusto. Le quiero decir, señora, que no se puede, no se puede. Que no es una cuestión de poder o plata acá, que son dos cosas de las que usted goza. Señora, usted nunca lo hace, pero salga a la calle, alguna vez, sin el helicóptero y sin la custodia, y pregunte por ahí quién fundó *Página/ 12*. Pregúnteles a los miles de estudiantes de Periodismo de esos años, a otros periodistas, a otros políticos, a los que entrevisté, a los que me hicieron demandas, a los que leyeron mis notas, a los que me putearon y a los que me aplaudieron. Vaya y pregunte. Yo le quiero decir, con respeto, que no solo la situación del otro día fue patética; usted fue patética. Usted es patética cuando trata de tapar el viento con la mano, cuando cree que su poder va a durar siempre, en un edificio que se tambalea de mentiras. Señora, yo no voy a permitir que ni usted ni el diario que fundé me desaparezcan. Estas palabras no tienen ningún interés político, le estoy pidiendo que me respete como persona, que respete mi pasado y mi identidad, y que respete mi presente. No es esto una cuestión de ego ni de logros. Yo, gracias a Dios, no necesito de *Página/ 12* para ser quien soy. Pero *Página/ 12* sí me necesita para ser quien es; aunque yo sienta que en los últimos años *Página/ 12*

²⁵ Lanata dirigió durante los primeros años de tirada este periódico. En una fotografía de familia de los periodistas partícipes en su creación que fue publicada en el aniversario del diario, Lanata fue eliminado de la instantánea.

ya no está y que se transformó en un boletín oficial ruin [...] (Jorge Lanata. *Periodismo para todos*, 03/05/2012)²⁶

Estructura del programa

Periodismo para todos muestra una estructura híbrida. Cuenta con reportajes de investigación, noticias acompañadas de infografías, periodistas que intervienen en directo o desde el plató y amplían la información vinculada a un tema en concreto. Pero lo que caracteriza a *PPT* es la introducción que realiza Jorge Lanata, su monólogo, que funciona como un sumario muy singular, la participación del público desde el plató a las consignas planteadas por el periodista y, también, los *sketches* donde le acompañan actores argentinos. Estos últimos escenifican, o dramatizan, algunos asuntos de actualidad. Se trata de pequeñas representaciones, en las que también interviene el presentador, donde los actores caricaturizan a diversas figuras políticas; en especial, a Cristina Fernández de Kirchner y Aníbal Fernández (político y miembro del Partido Justicialista).

La participación de la audiencia cobra igual importancia que la del público presente en el plató. Los ciudadanos envían fotografías a la producción para que luego sean incluidas en los pasos a publicidad junto a la cabecera del programa; instantáneas en las que se les puede observar realizando el mismo gesto—*fuck you*— que los participantes en la cabecera de apertura del programa.

En referencia a la estética del programa y al plató, se trata de un escenario adaptado para la presencia de un público numeroso. Este espacio cobra especial protagonismo durante la intervención inicial del presentador, cuando realiza su monólogo — dirigiéndose directamente hacia ellos — como si de un espectáculo se tratase. Los planos ofrecidos por las diversas cámaras reflejan las reacciones y risas de los asistentes.

Butacas de cine y una iluminación tenue acompañan a un telón granate de fondo y un micrófono de pie, objetos que visten la primera intervención de Lanata.

Durante los siguientes bloques, el programa se desarrolla en un segundo espacio donde el periodista recoge y ofrece toda la información desde una pequeña mesa; un plasma ubicado a la izquierda y un *videowall*, detrás del escritorio, sirven de apoyo visual a lo que comenta. Las intervenciones de los actores durante los *sketches* y de los periodistas colaboradores se suceden delante de la mesa.

5.2.1 Producción, formato y contenido

Ironía, humor y sátira

La estructura del programa así como las secciones han evolucionado a lo largo de la primera temporada, la ironía y el humor son la tónica predominante del espacio.

²⁶ Programa de *PPT*, 03/05/2012. <http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos/periodismo-para-todos/00052459/3-de-junio-periodismo-para-todos>

En cuanto a los dos *sketches* del programa, y en particular el protagonizado por Fátima Flores (actriz y humorista) y Alexandra Larsson (actriz y modelo), *Sesión de diálisis*, fue el único que se eliminó del ciclo. Contaba con la participación de Jorge Lanata que, simulando recibir una sesión de diálisis, dialogaba *en sueños* sobre algún tema de actualidad con las dos actrices; estas interpretaban el papel de enfermeras. El que se ha mantenido (por la repercusión que suscitó – e incluso ha cobrado mayor importancia –) es el realizado por Fátima Flores; en este, la actriz caricaturiza a la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, y Martín Bilyk (humorista y guionista) interpreta a Aníbal Fernández (político y miembro del Partido Justicialista) y a Axel Kicillof (secretario de Política Económica y Planificación del Desarrollo)



Durante las dos primeras emisiones del programa, *Periodismo para todos* ha incluido entrevistas a personalidades del mundo del espectáculo, como Mario Pergolini (periodista y locutor de radio) o Palito Ortega (cantante). Una sección que se situó al final del programa y hacía de bálsamo por los temas previamente tratados.

Desde el inicio de la temporada, el humor y la ironía han cobrado protagonismo en los vídeos. En una de las piezas emitidas en el primer programa se pudo ver a Lanata reuniéndose en Puerto Madero (Buenos Aires) con Martín Bilyk, quien interpretaba al vicepresidente Amado Boudou. En un recorrido por las calles del barrio, el personaje interpretado por Bilyk hacía alarde de sus propiedades²⁷. El diálogo desenfadado y la música que acompañaba la edición de la pieza satirizaban aún más la interpretación.

El sentido del humor no sólo aparece verbalmente; también se recoge en las infografías. Ejemplo de ello fue la inserción sucesiva del logo de YPF – en primer término en pantalla – cada vez que Lanata mencionaba a Amado Boudou (vicepresidente de la República Argentina, defensor y miembro del equipo responsable en el proceso de expropiación de la petrolera YPF) durante el programa del 22 de abril de 2012.

La incorporación de canciones con letra adaptada ha sido otro de los recursos humorísticos empleados. En el reportaje *Los amigos del poder*, emitido el 17 de junio de 2012, se incluyó la adaptación de una canción de Raffaella Carrá donde se sugería:

Tuve muchas experiencias
Y he llegado a la conclusión

²⁷ Reportaje de PPT. <http://www.youtube.com/watch?v=xpldG1MpY3M>

Que perdida la inocencia en
El sur se pasa mejor.
Para hacer unos millones
Hay que venir al sur.
Para hacer unos millones
Iré donde estás tú.

Sin millones
¿Quién se puede consolar?
Sin millones
Esta vida es infernal.
Para hacer unos millones
Hay que venir al sur.
Lo importante es que lo hagas
Con quien quieras tú.
Y, si te garcan²⁸, no lo pienses más,
Búscate otro más bueno,
Vuélvete a laburar.
Búscate otro más bueno,
Vuélvete a laburar....

El objetivo principal de los reportajes de investigación realizados es dar cuenta no solo de las acciones – transparentes o no – que realizan desde el Gobierno, sino, además, informar sobre todo aquello que forma parte del supuesto patrimonio ilícito de quienes lo componen.

Géneros periodísticos y tratamiento

El tratamiento en la edición y el montaje difiere según la información que se traslada al espectador. La mayoría de los informes del programa son presenciales: Jorge Lanata o, en su caso, un periodista de su equipo se trasladan al sitio de la noticia y allí entrevistan a los protagonistas.

Hablamos de piezas donde aparecen los testimonios de las personas involucradas directa o indirectamente en la cuestión, que cuentan con locuciones del periodista que sirven de hilo conductor en la narración del reportaje y que, incluso, en ocasiones, son acompañados de infografías y rotulaciones que aportan información. El resto de información es ofrecida a través de colas acompañadas de la explicación por parte de un colaborador – desde el plató – e infografías que aportan datos y representan de manera más gráfica la información ofrecida por Lanata o los periodistas de su equipo.

En el tratamiento de estas piezas no cabe el humor y sí la rigurosidad y seriedad informativa.

De esta manera, los géneros que componen el programa son la crónica, la noticia y el reportaje. En menor medida, se da cabida a entrevistas vía telefónica y a conexiones en directo, sin olvidar que los *sketches* y los monólogos aportan el tono humorístico que caracteriza el programa.

²⁸ Equivalente al español: *traicionan*.

La voz de Lanata ha sido la protagonista de varios reportajes durante los primeros programas; en los consecutivos, se comenzó a incorporar la participación de los periodistas colaboradores. El presentador se desplazó a diversos barrios, provincias e incluso países; también lo hizo, aunque esporádicamente, en los sucesivos programas y hasta el final de la primera temporada.

Podemos definir este estilo de producción como *seriada*, es decir como un conjunto de cosas relacionadas entre sí, que mantienen una constancia a lo largo de diferentes episodios y que podrían plantearse como si de una sola historia se tratara (BARROSO GARCÍA, 2002: 48). Los reportajes emitidos en *Periodismo para todos* sirven de nexo de conexión de los temas de actualidad tratados en un programa y los siguientes.

Moreno el Conquistador. Un secretario suelto en Angola conllevó el desplazamiento de Jorge Lanata al país africano. El objetivo era dar parte de los negocios no resueltos entre Argentina y Angola. Al respecto, cabe destacar la utilización de un recurso poco transparente: la producción de *PPT* envió días antes del acto oficial a un equipo periodístico en representación de un falso medio de comunicación; todo ello con el objetivo de conseguir declaraciones del funcionario Moreno, totales que posteriormente se utilizaron en la edición de una pieza completa que contenía la visita de Lanata por las calles del país y las declaraciones del político.

Si algo caracteriza a *Periodismo para todos* es la labor de producción; no solo por la organización que supone la realización de un reportaje de investigación en otros países, sino también por los recursos humanos y técnicos que disponen para llevarlo a cabo. Un vuelo por Villa Inflamable (zona de chabolas en la Capital Federal) supuso el desplazamiento del presentador vía helicóptero por el área que la conforma.

La falta de colaboración de Cristina Fernández con los medios en las ruedas de prensa, no ha pasado desapercibido en este programa. El 13 de mayo de 2012, Lanata congregó a un grupo de reconocidos periodistas – de diversos medios – para alzar la voz, como si de una manifestación se tratase, en reclamación por la falta de oportunidades para formular preguntas a la presidenta, y por su reiterativo uso de las cadenas nacionales. El lema que precedió la convocatoria fue “Queremos preguntar”. Minutos antes de que se abriera el telón granate – característico del sumario del programa – para que tuviera lugar la manifestación, Lanata dio paso a un vídeo recopilatorio de declaraciones de la presidenta – durante los primeros años de su mandato – donde aseguraba: “Me voy a seguir sometiendo, gustosamente, a todos los interrogatorios”²⁹ (Junio de 2009).

²⁹ *PPT*. Manifestación “Queremos preguntar” (Consultado por última vez el 14/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=CzMDa3sNsDs>



PPT ha lanzado quejas, reclamado justicia como si de la representación de la voz del pueblo se tratase e, incluso, hecho partícipes a los ciudadanos de su programa. Durante la primera temporada, el programa no fue emitido en algunas provincias de la República Argentina como Tucumán, Río Negro o La Rioja. Una medida considerada por la producción como censura pero que, sin embargo, justifican desde las gobernaciones como una decisión que forma parte de los propietarios de las repetidoras³⁰.

El desplazamiento hacia la provincia de Tucumán, con el fin de romper la barrera por la que la señal del programa no llegaba, supuso uno de tantos acercamientos a la ciudadanía llevados a cabo por el periodista.

Su estilo discursivo, implicación en los temas sociales y arrolladora forma de enfrentarse a quienes considera que perjudican (desde el Gobierno) a la sociedad, han hecho de Lanata un personaje popular y cercano.

Cabe destacar que los contenidos emitidos en *Periodismo para todos* guardan un fuerte vínculo y compromiso con la sociedad. El periodista no solo se ha ceñido a informar acerca de los diversos problemas o injusticias, sino que ha dado un paso más allá. Misiones, Formosa, Tucumán o Chaco – entre otras – han sido las provincias del norte argentino a las que Lanata se ha desplazado junto a su equipo. En ocasiones, para realizar el programa desde estas localizaciones y, en otras, para tomar el testigo y dar cuenta de la realidad de sus habitantes.

Un programa donde lo social es la tónica dominante de los informes, pero donde la denuncia también tiene cabida: “Megaminería en La Rioja”, “Caso Ciccone. Impresión de billetes argentinos”, “El Calafate. Radiografía del poder K”, “Aerolíneas Argentinas”, “Negocios de PAMI”, “Análisis del dinero en los medios de comunicación”, “Cadenas nacionales”, “El fútbol que pagamos todos”, “Inseguridad en

³⁰ Periódico *La mañana de Neuquén*. <http://www.lmneuquen.com.ar/noticias/2012/7/23/nemirovsci-el-canal-publico-no-tiene-por-que-pasar-a-lanata> 155800

Las repetidoras de las señales nacionales de televisión, en el interior del país, están en manos de propietarios privados que disponen de total libertad a la hora de diagramar la parrilla. Estos pueden, incluso, incorporar programación propia y emitirla en el horario que consideren oportuno.

Argentina”, “La Korpo” (medios *kirchneristas*), “ANSES” o “Los sindicalistas más influyentes del país”.

La implicación de Jorge Lanata en las historias se ha visto potenciada a lo largo de la vida del programa; el periodista no solo se presenta ante los ojos de la población argentina como un reconocido profesional sino también como una persona comprometida.

En el programa del 3 de junio del 2012, se emitió una pieza titulada *Cacerolazo y recorrida con Jorge Lanata*. Lacroze y Cabildo, Callao y Santa Fé, Cabildo y Juramento son algunas de las esquinas más transitadas de Buenos Aires; emplazamientos donde una multitud de ciudadanos se manifestaron en señal de repulsa por las acciones acometidas por el Gobierno *kirchnerista*. Lanata se desplazó hacia el epicentro de los cacerolazos y, subido a un coche, fue recorriendo el centro de la ciudad. A modo de crónica y en primera persona, fue dando voz a lo que acontecía. Un relato que continuó desde el plató y donde el periodista defendió la libertad de expresión, asegurando que: “[...] todos tenemos derecho a protestar siempre que lo hagamos dentro del margen de la ley. La libertad de expresión nos tiene que permitir decir lo que queramos, porque de eso se trata la democracia”³¹.



6. Seis en el siete a las ocho vs. Periodismo para todos

Un continuo enfrentamiento a tres bandas e innumerables mensajes poco cordiales marcaron la pantalla argentina durante el 2012. Nos referimos al *empecinamiento* de 6,7,8 con Jorge Lanata, a la insaciable denuncia por parte de este último mediante reportajes de investigación acerca de los supuestos casos de corrupción del Gobierno *kirchnerista* y, por último, al ensañamiento de la presidenta de la Nación con el Grupo Clarín.

Los reportajes emitidos por 6,7,8 resultan más que directos frente a esta disyuntiva, al igual que los comentarios de los diversos presentadores y colaboradores con los que ha contado el programa. En la primera entrega de 6,7,8 en 2012 – teniendo en cuenta que en abril del mismo año se inició el programa *PPT* – se presentó un informe acerca del

³¹ *PPT*. 03/06/2012. http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos/cacerolazo-y-recorrida-con-jorge-lanata_052437 (Consultado por última vez el 14/04/2013)

“monopolio” Clarín. Resulta interesante destacar que en este mismo programa se utilizaron faldones a modo de *llamadas de atención* hacia Jorge Lanata.



Lanata se convirtió así en el *blanco* del programa estrella (6,7,8) de la Televisión Pública. No solo fue puesta en duda su labor e imagen como periodista sino que, también, se sirvieron de comentarios realizados por diversas personalidades del mundo del espectáculo argentino para transmitir lo que estas opinaban acerca de su trabajo periodístico. Tal es el caso de una entrevista realizada a Ricardo Darín en TVR (Canal 9). El actor comentaba:

El otro día dijiste algo que a mí me llamó mucho la atención y que me gustó, sobre todo desde el lugar en donde lo dijiste. Estabas hablando de Lanata e hiciste referencia al pasado y que Lanata era alguien que nos había ayudado a pensar, cosa con la que coincido. Y terminaste tu exposición diciendo “cambió” [...] Y la pregunta que dejaste flotando fue: “¿Cambió? ¿Por qué habrá cambiado?”. Si notamos algún cambio en Lanata creo que es porque está enojado. Es probable que esté enojado (sin razón, en algunos casos y me parece que con razón en muchos otros). Me parece que, también, lo agarraron para el bife. Le pegaron de todos lados, pero lo cierto es que está enojado...y eso te puede llevar a imprecisiones y exageraciones. Y a hacer cosas que no contribuyen demasiado. Nadie puede poner en duda el 54% de los votos. Sí te podés plantear como periodista, y creo que lo es, hacer una investigación cuando detectas que hay algo que no funciona bien. Ahora, darle la dimensión que se le pretendió dar, no solo al programa de él, sino desde lo que es todo el Grupo, es otra de las exageraciones. Se está transformando en un fanatismo y eso no conviene a nadie. Yo puedo decir esto porque no formo parte de ninguna de las dos posiciones (Ricardo Darín en TVR.15/05/2012. 6,7,8).

Los titulares del periódico *Clarín*, que, hasta el Gobierno de Néstor Kirchner, construían una realidad *neutralizada* de la Argentina, con el mandato de Cristina Fernández, olvidaron la objetividad y se tornaron, cuanto menos, poco beneficiosos para con el Gobierno. Esta tendencia fue señalada en un artículo publicado el 11 de septiembre de 2011 en el periódico *Tiempo Argentino*³² (diario pro Gobierno): “La presidenta que le ganó a 347 tapas de Clarín”. En esta noticia se hacía referencia a que “por primera vez en la historia, la oposición del gran diario argentino, que publicó el 79% de los títulos negativos y solo el 7,1% de los positivos, no se vio reflejada en la mayoría del electorado, que en las primarias eligió a Cristina Fernández con el 50,21% de los votos”

³² *Tiempo Argentino*. <http://tiempo.infonews.com/notas/presidenta-que-le-gano-347-tapas-de-clarin>

(2011). En el programa 6,7,8³³ del día 13 de septiembre de 2011, se emitió un reportaje acerca de las portadas en el periódico *Clarín* que reflejaban titulares negativos, tomando como referencia los datos publicados por *Tiempo Argentino*.



7. Los K vs. La Corpo. La lucha por los medios

El Grupo Clarín con *Periodismo para todos* a la cabeza, como reflejo del periodismo independiente (*La Corpo* – la Corporación de medios –, como los define el Gobierno kirchnerista), y el Estado (Los K, como fenómeno político actual del país), con 6,7,8 como programa *propagandístico* y *militante*, se batían en duelo en la escena televisiva argentina.

La postura a favor o en contra del Gobierno se convierte en el límite de un terreno que ha pasado de la amenaza a la acción (no sólo en el ámbito televisivo, sino, además, en el jurídico)

La sanción de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual despertó el más fervoroso rechazo por parte del Grupo Clarín, principal perjudicado.

Esta ley, sancionada y promulgada el 10 de Octubre de 2010 –durante el primer mandato de Cristina Fernández de Kirchner –, marcaba una fecha, el 7 de diciembre de 2012, más conocida como el 7D.

El 7D se convirtió en una fecha clave en el panorama audiovisual. La modificación de la antigua Ley de Radiodifusión 22.285 – promulgada en 1989 durante la dictadura cívico-militar en la Argentina –, que se había mantenido hasta entonces (2012), señalaba el principio de la “adecuación de los grupos de medios”.

El Gobierno lanzó *spots*³⁴ explicativos en los que se informaba acerca de los propósitos de las reformas. En estos, se alude a la D de democracia y diversidad, y se refiere al

³³ 6,7,8. <http://www.youtube.com/watch?v=V2EctnPV9xs> (Consultado por última vez el 13/09/2011)

³⁴ Spot Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. <http://www.youtube.com/watch?v=R9mlrNpdd5w>

Artículo 161 como uno de los más importantes, ya que ordena la adecuación para los grupos que tengan muchas licencias, garantizando así la pluralidad de voces y la libertad de expresión.

El objetivo de la ley es erradicar los monopolios audiovisuales, al establecer el límite de licencias que puede tener cada grupo de medios, siendo el artículo 161 el que indica que quienes no cumplan con esta ley deben adherirse al proceso de adecuación.

Cabe destacar que, cuando se presentó la propuesta de ley, algunos grupos de medios presentaron medidas cautelares para que no se llevara a cabo su aprobación; finalmente, y según el mencionado *spot*, todos los grupos mediáticos reconocieron a la AFSCA³⁵ (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) como autoridad en el control del sector y la aplicación de la ley, excepto el Grupo Clarín; que, según la nueva legislación, se trata de “una verdadera cadena de televisión ilegal”, ya que cada grupo puede operar únicamente 24 licencias de televisión por cable y 10 de las denominadas de televisión en abierto.

En la actualidad, el Grupo Clarín cuenta con al menos 9 radios AM, 1 Radio FM y 4 canales de televisión en abierto entre las más de las 240 señales de las que dispone. De ahí la reclamación por parte del Gobierno.

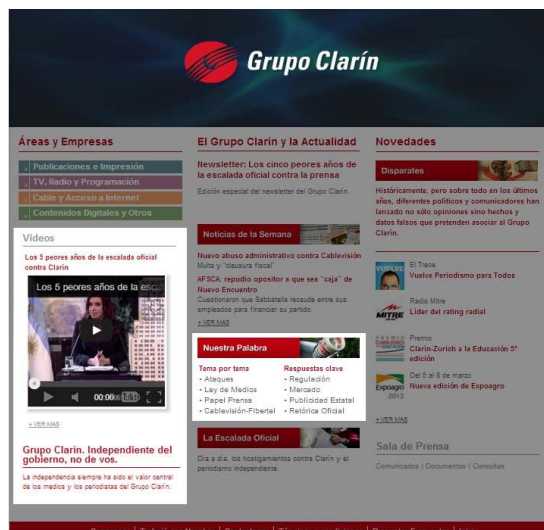
Las medidas tomadas fueron entonces más exhaustivas: el 22 de mayo de 2012 la Corte Suprema de la Nación Argentina determinó la vigencia del *Artículo 161* y fijó como fecha límite el 7 de diciembre del mismo año para cumplir con la Ley de Medios. Aún el Grupo Clarín mantiene todos los medios en su propiedad, ya que se niega a presentar el plan de adecuación. Mientras, el Estado amenaza con llamar a concurso público para adjudicar las licencias que excedan el máximo permitido.

El Grupo Clarín, además de negarse a prescindir de algunos de sus medios, *plantó cara* al Gobierno mediante la grabación de un *spot*³⁶, emitidos no solo durante los cortes publicitarios de sus cadenas sino, también, durante la emisión de programas (uno de ellos, *Periodismo para todos*); además, cuenta con un apartado que se puede localizar en la página web principal³⁷ de la Corporación en el que declara su postura frente a la Ley de Medios.

³⁵ AFSCA <http://www.afsca.gob.ar/que-es-el-afsca/> (Consultado por última vez el 14/05/2013) El AFSCA es un organismo descentralizado y autárquico creado a partir del artículo 10 de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, cuya principal función es aplicar, interpretar y hacer la cumplir la nueva Ley de Medios)

³⁶ *Spot* del Grupo Clarín. <http://www.youtube.com/watch?v=A-NknZhi0Ig>

³⁷ Sitio web oficial del Grupo Clarín. <http://www.grupoclarin.com/>



En estos vídeos el Grupo señalaba que el 7 de diciembre no sucedería nada “ni jurídica ni fácticamente” con sus licencias. Una mirada hacia esta norma no como una interpretación ni como una opinión, sino como algo que señalaban la ley y la justicia. Por ello, impugnaron los artículos 45 y 161 de la Ley de Medios, por considerar que violan derechos constitucionales: el desconocimiento retroactivo de licencias vigentes (artículo 161) y el régimen arbitrario y discriminatorio de licencias (artículo 45).

En su sitio oficial, Clarín se define como un grupo independiente del Gobierno, pero no de los ciudadanos.

En la fecha las medidas cautelares se han prolongado, estableciéndose un tiempo de margen para hacer efectivas las directrices que marca la ley durante un año más, periodo fijado por la propia Ley de Medios, intervalo de tiempo que tiene la justicia para resolver la demanda del Grupo Clarín por “inconstitucionalidad”.

8. Conclusiones

El actual escenario periodístico argentino presenta una brecha más que evidente. Una realidad que permite diferenciar entre dos perspectivas; una, cargada de elogios y dispuesta a defender a “la causa *K*” – el periodismo *militante* – y, por otra parte, los periodistas independientes, quienes no dan lugar siquiera al estrechamiento cordial de manos con el Gobierno de turno; especialmente con la figura central, Cristina Fernández de Kirchner. Hablamos, por tanto, de un periodismo polarizado; donde unos actúan de abogado defensor y otros, de dedo acusador ante las actuaciones – presuntamente corruptas o con falta de transparencia– del Gobierno.

Cabe destacar que históricamente, por motivos económicos o políticos, se ha mantenido un patrón en lo que respecta a la vinculación de los medios de comunicación con los diversos grupos políticos; incluso a nivel mundial. Las disputas, más que evidentes, entre el Grupo Clarín y el gobierno kirchnerista, es un claro ejemplo.

La modificación de la Ley de Medios, la censura en la emisión de algunos de los programas de la cadena privada El Trece (Grupo Clarín), la anulación del permiso de retransmisión de los partidos de fútbol argentinos, entre otros... fueron los primeros indicios de una guerra, sin precedentes, entre el partido político Frente para la Victoria – con Cristina Fernández a la cabeza – y el grupo mediático Clarín. El interés que se esconde tras las reformas legislativas es más que evidente, debilitar a la corporación; mediante la incorporación de nuevos conglomerados audiovisuales, presuntamente afines al Gobierno y con mayor poder económico.

La actualidad social de la República Argentina, permite hablar de un *fervor patriótico* pocas veces visto en el país, y que es reflejado en el formato de programas como *Seis en el siete a las ocho*; espacio que hace eco de las actuaciones de la presidenta, así como de su postura – sin tapujos – a favor del Gobierno, a través del tratamiento de la información. Hablamos de un fenómeno *K* que pretende gustar a todos: medios y ciudadanos, y que ha trascendido no solo a los medios sino, además, que ha sabido empatizar con un elevado porcentaje de ciudadanos argentinos.

Periodismo para todos, por su parte, nace como repulsa de un modelo político que llega a los argentinos como una *extensión* del cuerpo político actual, en concreto de 6,7,8 (Televisión Pública), el programa con mayor *carga propagandística* de la República Argentina.

El reconocimiento público de las tendencias ideológicas de los periodistas argentinos, durante los últimos mandatos presidenciales [2007-2013] se ha visto incrementado. Hasta entonces nunca había sido necesario hacer una declaración de principios abiertamente a favor o en contra de ningún partido político.

Los programas de corte político han evolucionado a lo largo de la historia de la televisión argentina. Programas que han adquirido, actualmente, un formato de tipo *infotainment* o *infoshow* donde la información se presenta con un estilo particular que busca entretener a la par que informar, y que además cuentan con grandes dosis de humor.

Hablamos de espacios que utilizan un estilo discursivo similar, en cuanto a proximidad, al empleado por la actual presidenta de la República Argentina. Generar empatía y apelar continuamente al espectador/pueblo, utilizar un discurso cercano y afín a los

intereses de la audiencia, se convierten en prioridad de estas producciones audiovisuales. Programas que cuentan con un rasgo común, son presentados por periodistas que resultan carismáticos para la audiencia por su estilo discursivo.

La sociedad, de esta manera, se siente partícipe de espacios televisivos donde no solo se les ve, también se les escucha. Bien sea a través de fotografías, exposición de opiniones respecto a un tema planteado por el presentador en el propio plató o a través de los vox populi realizados a pie de calle por los reporteros del programa.

Las piezas emitidas tanto en *Seis en el siete a las ocho* como en *Periodismo para todos* cobran un papel fundamental respecto al montaje y al sentido de edición que les caracteriza. Mientras que 6,7,8 se sirve de imágenes de archivo de otros programas para generar su propio contenido y a través de estos “denunciar” los ataques que diversas personalidades del ámbito periodístico, político o del mundo de la farándula realizan hacia el Gobierno; *PPT*, elabora informes, plasmados en reportajes de investigación, que pretenden dar cuenta de presuntos casos de corrupción vinculados al *kirchnerismo*. Coberturas que destacan por su alto grado de producción.

Cabe destacar que el tratamiento de las imágenes en el programa 6,7,8 ha sido denunciado, en reiterada ocasiones, por “cortar frases en picadillo, descontextualizarlas y repetirlas para que den impresión de que han sido pronunciadas por un obsesivo grave”, como señala Sarlo (2011).

En resumen, del estudio central de este trabajo se puede extraer que, actualmente, en la Republica Argentina se presenta una doble bifurcación periodística: los *militantes* y los *oficialistas*. Los primeros anteponen su ideología a la información, lo demás lo descarta o minimiza; y los segundos, procuran abordar la noticia sin preconceptos, tratando de mostrar sus múltiples matices y contradicciones (Sirven 2011). De esta manera, resulta necesario reconfigurar las competencias periodísticas en el ámbito periodístico argentino.

Bibliografía

BARONE, Orlando (2001): *K, letra bárbara. Periodismo sucio y público sublevado*. Buenos Aires, Editorial Sudamérica.

BARROSO GARCIA, Jaime (2002): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, Editorial Síntesis.

BELLOTA, Araceli (2012): *Eva y Cristina. La razón de sus vidas*. Buenos Aires, Editorial Vergara.

CASETTI, Francesco; DI CHIO, Federico (1999): *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Editorial Paidós.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1995): *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid, Editorial Síntesis.

HALPERÍN, Jorge (2007): *Noticias del poder. Buenas y malas artes del periodismo político*. Buenos Aires, Editorial Aguilar.

IONESCU, Ghita; GELLNER, Ernest (1970): *Populismo. Sus significados y características nacionales*. Buenos Aires, Editorial Amorrortu.

MARTA LAZO, Carmen (2012): *Reportaje y documental: de géneros televisivos a cibergéneros*. España, Las Palmas de Gran Canaria, Ediciones Idea.

MOCHKOFISKY, Graciela (2011): *Pecado original. Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder*. Buenos Aires, Editorial Planeta.

OLIVÁN, María Julia; ALABARCES, Pablo (2010): *6,7,8. La creación de otra realidad*. Buenos Aires, Editorial Paidós.

PALMA, Dante Augusto (2012): *El adversario. Periodistas y política en la era kirchnerista. La disputa contra el monopolio, la construcción de un nosotros*. Buenos Aires, Editorial Biblos.

SARLO, Beatriz (2011): *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana.

SIRVÉN, Pablo (2011): *Perón y los medios de comunicación. La conflictiva relación de los Gobiernos justicialistas con la prensa. 1943-2011*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana.

ZABALITA URKIOLA, Iñaki (2005): *Teoría, técnica y lenguaje de la información en televisión y radio. Sistemas digitales y analógicos*. Barcelona, Editorial Bosch.

WEBGRAFÍA

➤ PERIÓDICOS NACIONALES ARGENTINOS

Clarín: www.clarin.com

La Mañana Neuquén: www.lmneuquen.com.ar/

La Nación: www.lanacion.com.ar/

Página/ 12: www.pagina12.com.ar/diario/principal/index.html

Tiempo Argentino: <http://tiempo.infonews.com/>

➤ PERIÓDICOS INTERNACIONALES

Time: www.time.com

➤ CANALES DE TELEVISIÓN ARGENTINOS

El trece TV (Grupo Clarín): www.eltrecetv.com/periodismo-para-todos

Grupo Clarín: www.grupoclarin.com

TV Pública Digital (Canal 7) www.tvpublica.com.ar/tvpublica/

TV Pública Digital (Canal 7), Mediateca: 6,7,8:

www.tvpublica.com.ar/tvpublica/mediateca?t=6,7,8&tag=tvpublica.678&order=fec_ha_asc&opt=7&url=¶ms=

➤ SITIOS WEB DE INSTITUCIONES OFICIALES DE LA ARGENTINA

AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual):

www.afsca.gob.ar

INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos): www.indec.com.ar

Portal oficial del Gobierno de la República Argentina: www.argentina.gob.ar/