





**Medios de Comunicación en la Historia  
Contemporánea Latinoamericana  
-Actores, Acontecimientos y  
Mediaciones-**

**Compiladores y autores**

Maria Alaniz  
Paulina Maritza Brunetti  
Renee Isabel Mengo  
Hugo Ignacio Pizarro  
Pablo Rubén Tenaglia

**Título:** *MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA HISTORIA CONTEMPORÁNEA  
LATINOAMERICANA – Actores – Acontecimientos – Mediaciones*

**Compiladores:** María Alaniz – Paulina M. Brunetti – Renée I. Mengo – Hugo I. Pizarro – Pablo R. Tenaglia

**Autores:** Pedro Julián Albarracín Nievas – Renzo Gabriel Aguirres – Eduardo Alonso – Lucía Victoria Astrada – Andrea Batalla – Rodrigo Bruera – Federico Castello Rojo – Mariana Dallera – Cecilia Elizabeth Della Vedoba – Pedro Giordano – Tomas Agustín González – Mateo González Zugasti – Claudia Grzincich – Ana Gruszynski – Maisa Belén Jobani – Micaela Jonsson – Inés Mathe – Lucía Irene Mengo – Rafael Ojeda – Lautaro Pelizza – Florencia Pietrantuono – Julia Porto – María Belén Rolón – Maira Evangelista de Sousa – Laura Segura – Marcos Siragusa – Chiemi Tamasiro – Bruno Vagliente – Ernesto Vera Asinari – María Cristina Vera de Flachs – Tomás Vicente.

**Prólogo:** Ana Brizet Ramírez Cabanzo Ph.D Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá, Colombia.

**Corrección ortográfica, gramatical y de estilo:** Lic. Julio César Firmani –  
Lic. Dario Dambolena

**Diseño de tapa:** Mariano Juarez

**Diseño y maquetación de contenidos:** Rubén Rayano

**Dirección contenidos audiovisuales y fotografía:** Téc. Mariano Daniel Clobas Maggi

**Producción y diseño multimedia:** Mgtr. Mariana Dallera, Lic. Renzo Aguirres,

Lic. María Cristina Villagra y Esp. Cristian Gabriel Zabala

**Fotografías Líneas de Nazca, Departamento de Ica, Perú:** Esp. Pablo Rubén Tenaglia

Medios de comunicación en la historia contemporánea  
latinoamericana -Actores, Acontecimientos y  
Mediaciones- / María Alaniz ... [et al.]; compilado  
por María Alaniz ... [et al.]. - 1a ed. - Córdoba :  
Brujas, 2019.  
244 p. ; 23 x 15 cm.

ISBN 978-987-760-270-8

1. Comunicación. 2. Medios de Comunicación. 3. Historia Contemporánea. I. Alaniz, María, comp.  
CDD 302.2308

© De todas las ediciones, los autores

© 2019 Editorial Brujas

1° Edición.

Impreso en Argentina

ISBN: 978-987-760-270-8

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723.

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de tapa, puede ser reproducida, almacenada o transmitida por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o por fotocopia sin autorización previa.



[www.editorialbruja.com.ar](http://www.editorialbruja.com.ar) [publicaciones@editorialbruja.com.ar](mailto:publicaciones@editorialbruja.com.ar)

Tel/fax: (0351) 4606044 / 4691616 – Pasaje España 1486 Córdoba–Argentina.

## **Agradecimientos**

A la comunidad de investigadores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.

A los integrantes de la Red Latinoamericana COMEDHI e investigadores extranjeros y a los integrantes de los tres equipos de investigación que conformaron el presente Programa y que brindaron su valioso tiempo y aportes para que se traduzca en este libro.



# Índice

Prólogo .....	9
Introducción .....	19
<b>Parte 1. Proyectos.....</b>	<b>37</b>
<b>Capítulo 1. Proyecto e informe Final.....</b>	<b>39</b>
Director: Esp. Pablo Rubén Tenaglia Co-Directora: Dra. Paulina Maritza Brunetti	
<b>Capítulo 2. Proyecto e Informe final .....</b>	<b>75</b>
Directora: Dra. Renee Isabel Mengo	
<b>Capítulo 3. Proyecto e informe final.....</b>	<b>97</b>
Directora: Dra. Maria Alaniz Co-director: Dr. Hugo Ignacio Pizarro	
<b>Parte 2. Artículos complementarios al programa de investigación y a la red COMEDHI.....</b>	<b>127</b>
<b>Capítulo 4. El Mercurio Peruano del siglo XVIII: Pensamiento pedagógico de la Sociedad de Amantes del País .....</b>	<b>129</b>
Mgr. Rafael Ojeda -Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú	
<b>Capitulo 5. Publicidad, suscripciones y ventas: la contienda comercial entre los periódicos cordobeses de 1920.....</b>	<b>159</b>
Dra. Paulina Maritza Brunetti - Facultad de Ciencias de la	

Comunicación Universidad Nacional de Córdoba

**Capítulo 6. De lo impreso a lo digital: periódicos y procesos de convergencia ..... 187**

Dra. Maira Evangelista de Sousa

Dra. Ana Gruszynski - Universidad Federal de Minas Gerais

**Capítulo 7. Tensiones en Venezuela, desde El Universal y Aporrea, a un año de la muerte de Hugo Chávez (marzo-abril 2014) .... 213**

Lic. Rodrigo Bruera - Facultad de Ciencias de la

Comunicación- Universidad Nacional de Córdoba

Comunicar la investigación: resultados y perspectivas,  
a modo de cierre ..... 231

**ANEXOS ..... 237**

**Acta Constitutiva de la Red Latinoamericana de Comunicación-  
Educación-Historia (COMEDHI)..... 239**

**Fundamentación y Objetivos de la Red Latinoamericana  
COMEDHI ..... 249**

## Prólogo

*Y ¿cómo asumir entonces el espesor social y perceptivo que hoy revisten las tecnologías comunicacionales, sus modos transversales de presencia en la cotidianidad, desde el trabajo al juego, sus espesas formas de mediación tanto del conocimiento como de la política, sin ceder al realismo de lo inevitable que produce la fascinación tecnológica, y sin dejarse atrapar en la complicidad discursiva de la modernización neoliberal —racionalizadora del mercado, como único principio organizador de la sociedad en su conjunto— con el saber tecnológico según el cual, agotado el motor de la lucha de clases, la historia habría encontrado su recambio en los avatares de la información y la comunicación?*

*Jesús Martín-Barbero, en Pistas para entre-ver medios y mediaciones (2002)*

La cotidianidad que abriga la experiencia humana en estos momentos es cada vez más tecnomediada. Todo cuanto acontece está atravesado por mediaciones y lenguajes conectivos, hipertextuales, interactivos y convergentes que le dan textura a la historicidad del mundo de la vida. Es menester entonces situar que el carácter comunicativo y social de la tecnicidad actual no es neutral, sino por el contrario está embebido de la complejidad de la discursividad social, económica, cultural y política que configura el ecosistema tecnológico dominante de la sociedad de la infor-

mación y el conocimiento (Martín-Barbero, 1987; Rueda, 2012).

Los intercambios materiales e inmateriales que mantenemos con la técnica y las tecnologías, son los que nos permiten construir significados, saberes, modos de obrar, narrativas y memorias con las cuales nos enfrentamos a las diversas realidades de la región; aunque acontezcan en contextos distintos, están unidas más allá de sus fronteras geográficas y la riqueza compartida de los actores en sus territorios. Las desigualdades socioeconómicas, las violencias políticas, las dictaduras, la segregación, las necesidades básicas insatisfechas, el desarraigo, por nombrar algunos, son otros de los elementos comunes que en Latinoamérica deben ser estudiados, dado que cada uno de estos se engrana a semióticas que marcan espacialidades y temporalidades que definen y regulan la estructura del sistema político de una nación, las condiciones de gobernabilidad, el sostenimiento institucional, el orden social y el ejercicio de la democracia.

En este horizonte de sentido toma relevancia indagar por los procesos comunicativos que intervienen en la cohesión política y cultural que las transformaciones societales contemporáneas traen consigo. Nuevas hegemonías, formas de circulación informacional, modalidades de poder y bienes simbólicos tecnomediados, se entretajan con fuerza en las sensibilidades, las discursividades, los sistemas axiológicos, las normas y creencias, las prácticas y en los modos de la interacción en todas las esferas que orientan a los sujetos como ciudadanos a diario; en otras palabras, es la compleja trama de mediaciones que articula la relación comunicación / cultura / política como lo expresa Martín-Barbero (2002).

Hoy más que nunca nos debemos a la comprensión de la comunicación como un campo de estudio transdisciplinar tanto para la producción de conocimiento situado y georreferenciado a las realidades de nuestras sociedades, como para la formación de profesionales universitarios que sensibles a los acontecimientos que atraviesan nuestras cotidianidades, sean capaces de problematizarlos, analizarlos y comunicarlos. Investigar en/desde/para/y

hacia la comunicación social ha de concebirse como la clave para emprender ejercicios de reflexión científica que permitan sistematizar e interpretar los hechos históricos, políticos, culturales y sociales al compás de los sucesos que vivimos en la región en este cambio epocal.

Esta apuesta la logra el libro “Medios de Comunicación en la Historia Contemporánea Latinoamericana: Actores, Acontecimientos, Mediaciones” al reunir una serie de reflexiones que tematizan de manera móvil, crítica y dialogante, interacciones, prácticas, discursos, sujetos y contextos de países como Argentina, Brasil, Perú, Venezuela y Colombia, en condiciones espacio-temporales y determinantes políticos particulares como los de los siglos XVIII, XX y el actual. Se reconoce esta ardua labor a los diferentes equipos de investigación que pertenecen al Programa “Historia Contemporánea en Latinoamérica y medios de comunicación”, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, así como también a aquellos docentes e investigadores extranjeros de algunas universidades latinoamericanas y de la Red Latinoamericana COMEDHI. Al pensar los problemas sociales contemporáneos, están asumiendo el reto de su problematización y comprensión, como quehacer colectivo con el debido compromiso ético.

Los capítulos que componen la obra “Medios de Comunicación en la Historia Contemporánea Latinoamericana: Actores, Acontecimientos, Mediaciones”, presentan un conjunto de elementos epistemológicos, teóricos y metodológicos que enriquecen el corpus del hecho comunicativo y que le otorgan el estatuto de su cientificidad social. Así, la investigación es el eje que dinamiza la producción de conocimiento situado en estas páginas, y a la vez, el detonante para configurar el derrotero en la formación de profesionales universitarios.

Al adentrarse en la lectura de cada uno, es posible interactuar con los momentos históricos y por ende, lograr aproximarse al mundo de la vida en cada relato, lo que constituye una exigencia y

pericia escritural; cada texto permite hacer aprehensible el acontecimiento y la producción de sentido en torno a las transformaciones sociales, culturales y políticas que enmarcan y contextualizan cada territorio de la región, evidenciando patrones de consumo, estilos de vida, formas de gobernabilidad y conducción política, identidades y memorias de nación, y el ejercicio o imposibilidad de la democracia, a través de los circuitos comunicativos e informacionales que se caracterizan en sus líneas. A decir de Lechner (1995), la obra en su conjunto se propone un análisis que se inscribe desde la globalización, las sociedades de mercado y el clima cultural postmoderno.

El trabajo interdisciplinario entre la Comunicación, la Historia y la Vida cotidiana desde la mediatización de la experiencia a través de ciertos artefactos tecnológicos, códigos y lenguajes, es el propósito de este libro. El papel de la prensa local, la prensa gráfica tradicional y sus formatos actuales on-line, las mutaciones y tensiones de la convergencia mediática característica del siglo XXI, el rol del audiovisual, las contiendas de la comercialización y del consumo de la información como bien cultural, la polarización, las agendas de gobernanza de los procesos comunicativos en algunos países de la región en el periodo de 2005-2015 tensionados por los acontecimientos políticos, entre otros aspectos, son los tópicos que se abordan. Este texto acerca a los lectores al estudio de las formas de interacción de los actores a través de repertorios tradicionales y digitales desde donde circula y se apropia la información, que conllevan a construir sentidos y narrativas de la vida política, económica, cultural y social en distintas latitudes de América Latina.

Con este horizonte de sentido, el libro “Medios de Comunicación en la Historia Contemporánea Latinoamericana: Actores, Acontecimientos, Mediaciones” da cuenta de cómo el quehacer periodístico se debate en su naturaleza y persigue ciertas intencionalidades y atributos de objetividad, imparcialidad, combate o

militancia, con los cuales se testifica la realidad social. En ello, la labor del saber que se comparte, se aparta de la idea funcionalista de la comunicación y la mera recepción lineal de las audiencias en los que los medios son vehículos de información. El objeto periodístico se posiciona entonces desde la pluralidad de las mediaciones entre los sujetos sociales y sus contenidos, así como con las maneras de su elaboración y circulación.

Vale decir que en este libro encontramos posibilidades para seguir estudiando la producción cultural de escenarios sociopolíticos en América Latina en los contextos que le son propios, a partir de la mediación comunicativa de distintos repertorios que van desde los medios tradicionales como radio, prensa, televisión hasta su combinación con nuevos formatos como el Internet y las redes sociales. Continuar formulando Programas de Investigación alrededor de los hechos históricos en los distintos países y en la región, acaecidos durante el siglo XX y el nuevo milenio que permitan continuar democratizando el derecho a la comunicación, es el reto al que nos debemos como investigadores sociales. Articular la relación comunicación / cultura / política a partir del análisis histórico de los hitos que han marcado nuestro devenir es uno de los caminos para afianzar el compromiso y la responsabilidad con la educación de las generaciones que hoy se preguntan por la condición de humanidad que nos constituye; en otras palabras, por su formación como ciudadanos políticamente activos que despliegan su potencial emancipador para organizarse, participar, actuar e incidir en la transformación de las inequidades sociales y por tanto en la creación de realidades más justas donde nos podamos reconocer desde la dignidad.

*Ana Brizet Ramírez Cabanzo Ph.D*

Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Bogotá, Colombia

## Referencias

- Lechner, N. (1995). *Cultura política y gobernabilidad democrática*. México: IFE.
- Martín-Barbero, J. (2002). Pistas para entre-ver medios y mediaciones. En: *Signo y Pensamiento, Medios, mediaciones y tecnologías*; 41 – volumen XXI, junio - diciembre, 2002.
- \_\_\_\_\_. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía en América Latina*. Barcelona. Gustavo Gilli.
- Rueda, R. (2012). “Sociedad de la información y el conocimiento: tecnicidad, phármakon e invención social”. En: *Nómadas*, n. 36, abril de 2012, 43-55.



Las Sociedades de la Información y del Conocimiento, sumadas a la actual revolución digital con el avance constante de las tecnologías en cualquier ámbito, obligan a que en el caso de las actividades académicas, de investigación, de extensión y de formación, se deban plantear y replantear nuevas formas y modalidades de comunicación en base a los diferentes intereses y objetivos.

Docentes, investigadores y académicos de todo el mundo confluyen en este nuevo paradigma para problematizar, debatir, reflexionar, interactuar y socializar, sobre tópicos comunes que ante la avasallante cantidad de información que inunda las redes, hace que se deba seleccionar oportunamente los aspectos verdaderos e importantes que atañen al conocimiento.

Es por lo anterior que se ha conformado la Red Latinoamericana de Comunicación, Educación e Historia, -COMEDHI<sup>1</sup>, la que busca responder en este contexto de constante y continuo cambio en el que, el conocimiento pasa a ser el capital más valioso del presente.

En base a lo precedente, como parte de las tantas acciones en las que está involucrada esta nueva Red, ya sea el Programa de Investigación y cuatro Proyectos avalados por Secyt-UNC, dos Proyectos de Extensión, dos Revistas de Divulgación Científica,

---

<sup>1</sup> Ver acta constitutiva de creación: 03-07-2019 en pág. 237 y Anexo I, Fundamentación en pag. 247.

“Revista Latinoamericana COMEDHI” y “Dossier Sudamericano”, organización de congresos y encuentros, trabajo conjunto en el marco de un Acuerdo de Cooperación Bilateral Internacional entre la UNC y la UFMG de Belo Horizonte (Brasil), propuestas de capacitación y actualización en las que se incluye, por ejemplo, “Herramientas, medios y tecnología para el aprendizaje de la Historia Latinoamericana Contemporánea” en relación al programa de “Ciencia y Arte para Armar” avalado por la UNC; además, un Club de Ciencia escolar constituido como Asociación Civil con una comisión conformada por diferentes actores institucionales (Club de Ciencia del IPEN N° 320). Se suman también diversas publicaciones relacionadas a la temática central con una periodicidad mensual, anual y bianual.

Una de estas publicaciones es el presente libro, que da continuidad al que ya fuera publicado en el año 2015, titulado *Investigación y Comunicación –Análisis de temáticas Latinoamericanas contemporáneas desde un enfoque interdisciplinario en Comunicación y Educación-* que compilan resultados de las investigaciones que han llevado a cabo los diferentes equipos de investigación que forman parte de la Red Latinoamericana COMEDHI.

## **Programa de Investigación 2016–2017**

### **Historia Contemporánea en Latinoamérica y Medios de Comunicación<sup>2</sup>**

La Historia estudia hechos del pasado e incluso, del pasado reciente; y utiliza diferentes medios para divulgar su estudio. Por su parte, la Comunicación es el cimiento de todo proyecto social, político y cultural anclado en un momento de la historia. Este Programa intenta imbricar los estudios de orden histórico relevante, tanto en el siglo XX como en el nuevo milenio, en el continente latinoamericano con la Comunicación.

En el primer proyecto, se trabaja una comparación de contexto y condiciones de producción del periodo 1925-1932 y 2008-2015 en la prensa cordobesa. Se toma como eje el periódico como actor político en un contexto determinado y aspectos relativos a la libertad de prensa y, asimismo, se trabaja en la comparación de las condiciones diversas de producción dadas en función de las diferentes épocas, la prensa y los actuales formatos on-line.

En el segundo, se aborda la mirada sobre los golpes de Estado de 1962 y 1966 y “El Cordobazo” en base a la prensa local de Córdoba tomando como corpus de análisis los titulares de esos acontecimientos, lo que permite reflexionar sobre la combinación

---

<sup>2</sup>Resolución Secyt-UNC de aceptación: 313/2016. Resolución Secyt-UNC de aprobación de informe académico: 201/2018

de factores que desestabilizaron el curso político del país y de la provincia, y que impactó sobre la siguiente década.

En el tercer proyecto, se considera que la investigación puede contribuir al análisis y reflexión de las agendas políticas emergentes en América Latina y el Caribe, comprendidas como aquellos temas relevantes planteados en el lustro 2010-2015 desde los gobiernos de la región, a través de los sistemas de medios (públicos, privados y alternativos) en su versión gráfica (impresa y digital) y audiovisual.

Asimismo, se intenta de manera general dar cuenta de las formas de comunicación social y en especial del rol de los medios de comunicación (prensa, televisión, Internet, redes sociales), en la conformación de los procesos vividos tanto en Argentina como en los países de la región.

De este modo, se considera que las relaciones mutuas entre Historia y Comunicación a partir del tratamiento y análisis de los diversos medios, brindarán la posibilidad de explicar y comprender de un modo reflexivo y crítico, diversas prácticas sociopolíticas de América Latina, sus significados actuales, las fuentes y los actores más relevantes en un tramo histórico determinado.

Los tres proyectos pertenecen a equipos de la Cátedra Historia Social Contemporánea de la FCC-UNC, por ello se muestra en cada uno de los mismos, como en el proceso histórico particular latinoamericano, como se analiza desde la información brindada por la prensa –impresa y digital- y el audiovisual, para permitir la interpretación crítica de la variedad de representaciones y sentidos que despliegan tales hechos.

El Programa aspira a realizar investigaciones que aporten a la formación de quienes estudian las disciplinas de las Ciencias Sociales para mostrar los múltiples y enriquecedores enfoques que aportan a las mismas la Historia y la Comunicación Social.

## Introducción

*De la ciencia se esperan soluciones efectivas a los graves problemas medioambientales, energéticos o de salud pública que encara la humanidad, pero también se temen las consecuencias negativas de sus aplicaciones tecnológicas. Se cree que esta ambivalencia puede socavar la legitimidad social y la autoridad cognitiva de las que ha gozado tradicionalmente la ciencia y, como consecuencia, esta puede verse cuestionada en la arena pública. La comunicación pública de la ciencia y la tecnología desempeña un papel crucial en esta compleja realidad que involucra a científicos, tecnólogos, políticos, periodistas, empresarios, activistas y ciudadanos.*

(Alcíbar, 2007)

## La ciencia como base de nuestro desarrollo

La ciencia ha permitido a través de sus notables innovaciones innumerables beneficios para la humanidad. Muchos tratamientos para combatir enfermedades fueron descubiertos gracias a los avances científicos, lo que permitió aumentar de manera notoria la esperanza de vida de un número significativo de personas en gran parte del mundo (aunque estos beneficios no fueron equitativos para todos).

La ciencia aplicada a través del desarrollo tecnológico mejoró los esquemas de trabajo y productividad, aunque en paralelo, también acarrió algunos problemas vinculados a los recursos humanos. Las tecnologías basadas en nuevos métodos de comunicación, tratamiento de la información e informática han suscitado oportunidades y tareas sin precedentes para el quehacer científico y para la sociedad en general.

Todos estos avances que se han ido suscitando en el conocimiento científico, han dotado en los últimos tiempos a la humanidad de enfoques conceptuales y pragmáticos que tienen una incidencia directa en su conducta y sus perspectivas.

Sin embargo, y pese a las ventajas presentadas anteriormente, estos avances científicos han provocado también la degradación del medio ambiente y catástrofes tecnológicas, contribuyendo de esta manera a un desequilibrio social y hasta la propia exclusión. El sólo hecho de pensar lo ocurrido con el desarrollo tecnológico aplicado a la fabricación armamentística que atravesó todo el siglo XX es la evidencia más resonante que pone de manifiesto lo antes expresado.

En nuestros días, aunque se perfilan importantes cambios en el campo de la ciencia y la tecnología sin precedentes, hace falta un debate sobre la producción y la aplicación del saber científico y cuál es el rumbo que éste debe tener. La comunidad científica y los políticos son los encargados de establecer los mecanismos que conduzcan a fortalecer la confianza de los ciudadanos en la ciencia y el apoyo que le prestan mediante ese debate. Para hacer frente a los problemas sociales, culturales, ambientales, económicos y de equilibrio entre los géneros es indispensable intensificar los esfuerzos interdisciplinarios recurriendo a las ciencias naturales y sociales. El fortalecimiento del papel de la ciencia en pro de un mundo más equitativo, próspero y sostenible requiere un compromiso a largo plazo de todas las partes interesadas, sean del sector público o privado.

Pese a los buenos propósitos que parecen conducirnos a un mundo mucho más justo y racional, el lugar en el que hoy vivimos dista mucho de aquella “panacea”. La mayor parte de los beneficios derivados de la ciencia están desigualmente distribuidos a causa de las asimetrías estructurales existentes entre los países y regiones. Lo que distingue a los pobres (sean personas o países) de los ricos no es quiénes poseen más o menos bienes, sino

que la gran mayoría de ellos están excluidos de la creación y de los beneficios del saber científico. Es por ello que la ciencia y su aplicación a partir de la tecnología son indispensables para lograr el desarrollo que acorte esta brecha. Mediante la aplicación de apropiados programas de educación e investigación, los Estados y el sector privado deben prestar más apoyo a la construcción de una capacidad científica y tecnológica adecuada y compartida de manera equitativa, fundamento indispensable de un desarrollo económico, social, cultural y ambiental racional.

En los últimos años se han tomado medidas en todo el mundo para promover la enseñanza básica para todos. Hoy más que nunca es necesario fomentar y difundir la alfabetización científica en todas las culturas y en todos los sectores de la sociedad, así como las capacidades de razonamiento y las competencias prácticas a fin de mejorar la participación de los ciudadanos en la adopción de decisiones relativas a la aplicación de los nuevos conocimientos.

Habida cuenta de los progresos científicos, es especialmente importante la función de las universidades en la promoción y la modernización de la enseñanza de la ciencia y su coordinación en todos los niveles del ciclo educativo. Es preciso reforzar la investigación científica en los programas de enseñanza superior y de estudios de posgrado tomando en cuenta las prioridades nacionales en becas de formación y aquellos programas de fomento de científicos y científicas.

En resumidas cuentas, partiendo de la base que la función inherente al quehacer científico consiste en estudiar de manera sistemática y profunda la naturaleza y la sociedad para obtener nuevos conocimientos, estos nuevos conocimientos, fuente de enriquecimiento educativo, cultural e intelectual, generan avances tecnológicos y beneficios económicos. Para ello la promoción de la investigación fundamental y orientada hacia los problemas se convierte en esencial para alcanzar un desarrollo y un progreso endógenos.

## Comunicar la ciencia: ¿un proceso que se construye?

*Desde los orígenes de la conformación del pensamiento científico la comunicación pública de la ciencia y la tecnología ha estado circunscrita a las voluntades e iniciativas de pensadores que buscan la legitimación y apoyo público a sus proyectos.*

A lo largo de la historia del desarrollo científico se ha insistido sobre la necesidad de lograr que las poblaciones no sólo cuenten con conocimientos científicos básicos, sino también que sea fomentado el aprecio e interés público por la ciencia. Después de la Segunda Guerra Mundial se hizo evidente entre los países aliados que lograr estas metas posiblemente reeditaría en el convencimiento de futuras generaciones de científicos, además de asegurar el apoyo al desarrollo científico con fondos públicos. Desde entonces se han promovido grandes campañas de alfabetización científica y, al correr de los años, la profesión del divulgador de la ciencia ha cobrado fuerza.

El interés por la comunicación pública de la ciencia no es reciente. La posibilidad de acercar al público general a las colecciones de arte, antropología, botánica o cualquier otro avance técnico-científico, ha sido una constante en la historia moderna. Ya en el siglo XVII, algunos científicos organizaban jornadas de observación astronómica, exposiciones de inventos, tertulias, ferias, gabinetes de curiosidades para seducir a los públicos y lograr respaldo y mecenazgos. Más adelante, con argumentos sobre la necesidad de desarrollo de las sociedades y el dominio económico sobre las demás naciones, la comunicación pública de la ciencia fue integrada a las políticas científico-tecnológicas de gobiernos y organismos científicos que han propendido porque la sociedad “valore los beneficios de la ciencia”. Estas acciones derivaron en discursos sobre alfabetización científica, difusión, divulgación, popularización de la ciencia, entre otros, que muchas veces se

usan indistintamente. Sin embargo, en cada época y contexto, el interés por divulgar el conocimiento siempre ha implicado la imposición de valores de clase, de nociones de supremacía o de comportamientos civiles.

Lo cierto es que más allá del devenir histórico de la Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología, éste es un campo en el que el rigor metodológico de la ciencia y la creatividad conviven con el propósito de ofrecer al público receptor el conocimiento científico al alcance de su interpretación para contribuir a la formación de una cultura científica en la sociedad. Esta comunicación ha empleado a lo largo del tiempo distintos recursos y medios disponibles, entre ellos los medios masivos de comunicación, incluyendo libros y revistas, notas periodísticas, productos audiovisuales y, más recientemente, museos interactivos de ciencia. Actualmente, se debe considerar la utilidad que tienen los medios electrónicos, en especial las redes sociales que han ido aumentando en popularidad y usuarios, en la medida en que dichas redes sociales podrían ser empleadas o replicadas para conformar redes que reúnan a los investigadores de la Universidad bajo un mismo espacio de convergencia, convivencia e intercambio de ideas, investigaciones y publicaciones. Lo cierto es que los cambios que Internet ha propiciado son muy valiosos y la generación de redes sociales en el ciberespacio no queda aislada del tema de la difusión y divulgación científicas.

En este contexto en el que las personas se ven expuestas a los medios de comunicación, y a través de ellos a la publicidad o propaganda, textos, instituciones, conversaciones y todo tipo de situaciones en donde “hechos célebres” sobre la ciencia son profusamente divulgados, crece tanto el conocimiento como la ignorancia. Suele llamarse a este fenómeno “la paradoja conocimiento-ignorancia”. En estas sociedades el individuo se encuentra en una situación en la que la cultura popular se percibe como familiar casi por osmosis. Pero esa explosión de información acce-

sible también ha ocasionado el incremento paralelo de la ignorancia entre las poblaciones. En estos ambientes, cargados de información de todo tipo, se dificulta la adquisición de conocimiento científico preciso.

Siguiendo a Mónica Lozano (2005), se utiliza la expresión “Comunicación Pública de la Ciencia” para referirnos a las actividades que propenden por relacionar la ciencia con los públicos. Por *comunicación* se entiende a un proceso de doble vía: “Un ejercicio de reconocimiento del ‘otro’ [...], un intento de encuentro y relación que transformará necesariamente a los actores” (Lozano; 2005). Este punto de referencia es útil a la hora de determinar los alcances de términos como divulgación, difusión o popularización, cuando se examinan en función de los actores que intervienen, los propósitos, los escenarios, los contenidos y las relaciones que se establecen.

Por otra parte, al conservar el adjetivo “pública”, es necesario enfatizar en aquello que Jesús Martín-Barbero denomina derecho a la comunicación. Se trata del derecho de los ciudadanos a la comunicación pública del conocimiento, aún más decisivo en las nuevas condiciones de hegemonía tecnológica del saber y de las presiones mercantiles sobre el proceso mismo de su producción y circulación. Lo que es necesario salvaguardar es, en criterio del autor, el derecho a que la sociedad pueda seguir contando con ese otro conocimiento que proviene de los saberes de experiencia social y, el derecho a que todo lo que concierne a las opciones y decisiones sobre desarrollo e inversión en investigación científica y tecnología pueda ser objeto de información y debate públicos (Martín-Barbero; 2005).

Se pueden distinguir tres tipos de objetivos en las actividades de comunicación pública de la ciencia y la tecnología que buscan la comprensión del conocimiento por parte de la sociedad. Por un lado, aquel conocimiento vinculado a la comprensión de los saberes y métodos considerados científicos (alfabetización científica);

por otro lado la *apreciación* (con una fuerte carga de admiración y reverencia por los productos y agentes asociados a este tipo particular de cultura); y otras, vinculadas a la *formación de ciudadanos políticamente activos* con capacidad de acción, organización y participación en las decisiones científicas y, por lo tanto políticas, que impliquen alguna incidencia en la vida y desarrollo de las personas y comunidades.

Todo lo antes mencionado permite concluir que la labor de la comunicación de la ciencia es, entonces, acercar estos conocimientos al público amplio, y se planea con públicos voluntarios, cuya necesidad no es necesariamente el aprendizaje de la ciencia; se entiende como un espacio creativo y de recreación, en contextos de educación no formal e informal. Se enfatiza en la necesidad de que, además de popularizar los resultados de la ciencia, se trabaje en la comprensión pública de cómo opera ésta y en los aspectos de actitud y valorativos, para buscar un aprecio por parte del público hacia la ciencia.

La comunicación pública de la ciencia es una responsabilidad social de las universidades, y está entre sus deberes constitucionales el realizar productos y actividades concretas cuya intención principal sea la de construir una cultura científica de planeación social y prevención de riesgos, que contribuyan a incorporar efectivamente el conocimiento científico a la práctica cotidiana y al quehacer colectivo. La sociedad contemporánea se autodefine como una sociedad donde el conocimiento es el fundamento de su existencia, es el conocimiento el que sirve para empoderar no sólo a los individuos, sino a las comunidades y a las naciones, y es el conocimiento el que genera las posibilidades de un auténtico desarrollo social sustentable. La transmisión de este conocimiento está mediada por el lenguaje y las tecnologías de la información y comunicación, es imprescindible poner al alcance de la ciudadanía los recursos para apropiarse de los beneficios de los avances en el conocimiento científico que contribuyan a una mejor calidad

de vida y bienestar social. Mientras estos avances no sean palpables para la mayoría de los ciudadanos, será difícil conseguir una vinculación entre los individuos en la sociedad y los beneficios de los avances de la ciencia, el desarrollo tecnológico y la innovación. Es allí justamente donde la comunicación pública de la ciencia viene a jugar un rol fundamental.

## **Los estudios de la Ciencia de la Comunicación**

En el proceso de divulgar la ciencia, la comunicación cumple un rol muy importante. Es por ello que conocer el devenir de los estudios específicos vinculados a la comunicación, y más precisamente aquellos construidos desde Latinoamérica, tienen una razón de ser preeminente para el abordaje de los contenidos que se plasmarán en este libro.

La investigación en comunicación en América Latina ha ido acomodándose a los vaivenes ocurridos en el continente, dependiendo básicamente de condiciones sociales y políticas en constante cambio.

Nombres como Raúl Fuentes-Navarro, Antonio Pasquali, Mario Kaplún, Néstor García-Canclini, Martín Barbero, entre otros comunicólogos e investigadores sociales, han sido pioneros para el desarrollo de la investigación de la comunicación en Latinoamérica, especialmente con fecunda producción en la década de los sesenta hasta mediados de los ochenta, coincidiendo con la creación de la mayoría de las escuelas formativas de comunicación de la región y también con un período de debates sobre ideologizados, reflejo de lo que ocurría con la disciplina en la esfera internacional, enmarcada entre las líneas del pensamiento instrumental de la investigación norteamericana –cimentada en el funcionalismo, el positivismo y la psicología conductista-, la escuela de Frankfurt, más arraigada en el marxismo y la crítica contra el sistema de la comunicación de masas, la escuela europea estruc-

turalista, enfocada en la semiótica y más novedosa escuela de los estudios culturales, que ha tenido gran incidencia en la vocación culturalista de la investigación en comunicación en Latinoamérica, al menos hasta mediados de la década de los noventa.

Pese a estos impedimentos la historia de idas y vueltas de los estudios de la comunicación deben remontarse a los años 50. Si bien desde comienzos del siglo XX y hasta aquella década el estudio de la comunicación se manifestaba en forma esporádica y ocasional en Latinoamérica, fruto de un esfuerzo e interés personal de algunos particulares, hasta mediados del siglo pasado aún no se podían avizorar trabajos en el orden institucional.

El embrión que permitiría gestar la base de los estudios de comunicación en Latinoamérica debe remontarse a 1935, cuando surge la primera escuela formativa en comunicación de Latinoamérica, a raíz de un curso de periodismo en la Universidad Nacional de La Plata. Sin embargo, no fue hasta la aparición y popularización de la televisión en la década del cincuenta cuando se comienzan a crear escuelas de comunicación en la región. A partir de entonces se llegaron a contabilizar más de una decena de escuelas de comunicación en toda América Latina, localizadas puntualmente en Argentina, México, Perú y Venezuela. A esto hay que sumarle el afianzamiento de otros medios masivos tales como la radio y el cine, aunado al proceso evolutivo de la prensa y la diversificación en el campo de la publicidad, lo que potenciaba la relevancia y el interés analítico-crítico de los pioneros investigadores en este campo. Estas iniciativas de investigación en comunicación se dirigieron al análisis de los medios, en cuanto a la producción informativa y consumo de las audiencias.

Llegada la década del 60 los estudios de la comunicación estuvieron determinados por condicionamientos internos y externos. El contexto político de esta época signado por la violencia y las movilizaciones populares agitadas por múltiples factores, tuvieron influencia sobre el campo intelectual. Lo cierto es que

quienes comenzaron a estudiar la comunicación en esta época en América Latina, consideraron propicia la necesidad de producir “mirando lo local”, con sus propias problemáticas. Lo hicieron a partir de diversas vinculaciones con los aportes teóricos de la escuela de Frankfurt y con el enfoque funcionalista y estructuralista que seguían los pasos que se producían en Estados Unidos y en Europa. Este momento se lo considera como el punto de partida del pensamiento crítico latinoamericano sobre comunicación, inmerso en los debates que se daban en la esfera internacional.

Será recién a partir de 1970 cuando lleguen a concretarse las primeras investigaciones empíricas locales. Durante esta década Latinoamérica inicia su exposición como conjunto cultural con gran aceptación fuera de sus propias fronteras, luchando contra la gran competencia cultural ejercida tanto por las industrias culturales, como por las investigaciones llevadas adelante por Europa y Estados Unidos. Fue en 1972 cuando aparece la primera publicación científica latinoamericana denominada *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*. Sus primeros artículos abrían el debate sobre la posibilidad de crear una “Escuela Latinoamericana de Comunicación” con artículos como “¿Puede existir una ciencia social latinoamericana?” (García; 1972) y “Comunicación de campo en países subdesarrollados” (Ortíz-Brennan; 1972). Complementariamente a la aparición de la primera revista de investigación, en el año 1978, nacerá en Venezuela la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), producto del esfuerzo común de investigadores latinoamericanos, liderados por Antonio Pasquali, Luis Ramiro Beltrán, entre otros.

Ya entrada la década del 80 comenzará a tener una amplia vigencia el desarrollo teórico y metodológico de los esfuerzos de investigación en las universidades estadounidenses, lo que generó un marcado impacto en los principales estudios en América Latina, considerando el ámbito de influencia que este espacio geográfico ocupa. Así mismo, entraron en juego en este periodo

otros condicionantes, tales como la reconstrucción democrática y el desarrollo de las carreras de comunicación en la región.

Cabe destacar, además, que este momento estará signado por una creciente presencia de la Escuela de Birmingham, nacida de la confluencia entre el marxismo, la escuela de Frankfurt y la tradición culturalista, que consiste en considerar como episteme el nexo inquebrantable entre la cultura y la sociedad.

Iniciada la década de los noventa, los estudios sobre comunicación sucumbieron ante los eventos mundiales: llegó el fin de la guerra fría y con él se derrumbó el socialismo real, con el alegórico hecho de la caída del Muro de Berlín. A partir de ese momento, las ciencias sociales en general vivieron un proceso de transición conocido como “la crisis de los paradigmas”, un período en el que aún no se habían resuelto los problemas metodológicos y epistemológicos de la investigación en comunicación. Uno de los rasgos característicos de estudios en esta década es la ausencia de dogmatismos o de aperturas ideológicas que delimiten los trabajos de investigación. Se abandona de cierta manera el enfoque crítico-marxista, dando apertura a una nueva etapa, más empírica, pragmática e incluso positivista. A partir de este momento comienza a darse un enfoque transdisciplinar de la comunicación y de esta manera comienza a profundizarse el estudio sobre el análisis y abordaje de la producción, difusión y recepción del mensaje.

El nuevo milenio marcará el terreno de importantes cambios en el terreno de los estudios de la comunicación. A los cambios socio políticos que se llevan adelante en este momento y que tienen una determinante incidencia en el perfil de dichos estudios, hay que sumarle la penetración de productos y servicios de comunicación con mayor facilidad, tal es el caso de Internet en un primer momento y más tarde la incidencia de las redes sociales. Esta situación ha derivado en que los temas centrales vinculados a comunicación ya no se estudien en donde se creía se desarrollaba el poder, sino que se intensifica el análisis sobre la superficie social.

Paralelamente en esta etapa, muchas universidades y países buscan incorporarse dentro de los índices y *rankings* científico-académicos más importantes. En Latinoamérica se crean o reestructuran organismos que regulan la calidad de la educación superior, tal es el caso de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU) en nuestro país. Así mismo, resulta importante destacar que en estas últimas décadas se conquistan méritos vinculados a publicaciones, miembros de redes de investigación, participación en congresos y jornadas nacionales e internacionales; aunque en el campo de la comunicación se encuentran desdibujadas las líneas y perfiles de continuidad.

Pese a este recorrido exhaustivo y la rica historia que vincula a los estudios de la comunicación a nuestra América Latina, hay que decir que la investigación latinoamericana en comunicación no ha sido aún capaz de traspasar sus fronteras por limitaciones estructurales vinculadas al propio contexto en relación a otras regiones como Europa y Estados Unidos, a lo que se suma un marcado desencuentro de la élite académica vinculada a los estudios de la comunicación, que en gran parte del recorrido histórico aquí descrito ha tenido una clara visión eurocéntrica y de adscripción positivista (aunque hay que destacar algunos valiosos intentos por rescatar nuestra propia esencia en estudios realizados a partir de los años 70).

Es por ello que, ante esta situación, lo primordial es pensar que la investigación en comunicación actualmente en Latinoamérica solamente podría dar saltos importantes ampliando de manera significativa su colaboración en redes, ya sea entre universidades, o bien entre estas con empresas, centros especializados o el Estado. Esta es la modalidad predominante del desarrollo científico y tecnológico imperante en los tiempos que corren a nivel mundial.

## Los estudios de la comunicación. Del estudio de los medios al estudio de los receptores/ audiencias

Uno de los estudios más representativos entre los estudios de la comunicación, referido a poner el foco en las audiencias, es el de Jesús Martín Barbero<sup>3</sup> a través de la obra *De los medios a las mediaciones* (1987). Hay que destacar que el estudio planteado por Barbero se contextualiza en la década del 80, momento en el cual se había producido ya la ruptura entre los estudios funcionalistas en Estados Unidos y los estudios críticos en Europa. Situado en medio de este gran debate entre las dos escuelas más promovidas, Barbero va a posicionar su argumentación hacia la teoría crítica,

---

<sup>3</sup>Jesús Martín Barbero nace en Ávila, España en 1937. En 1963 se traslada a Colombia en donde llevó a cabo la mayor parte de su investigación y se consolida como uno de los principales teóricos latinoamericanos de la comunicación. Realizó sus estudios de filosofía para obtener el título de doctorado en el Instituto de Filosofía de Lovaina, Bélgica, en 1971, y posteriormente realiza un posdoctorado en Antropología y Semiótica en la Escuela de Altos Estudios de París. En su labor académica fungió entre 1974 y 1995 como Director del Departamento de Comunicación en la Universidad de Cali, periodo en el que escribe las obras: *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978), *Comunicación educativa y didáctica audiovisual* (1979), *Introducción al análisis de contenido* (1981), *De los medios a las mediaciones* (1987), *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica* (1987), *Procesos de comunicación y matrices de cultura* (1989), *Televisión y melodrama* (1992), *Communication, Culture and Hegemony* (1993), *Dinámicas urbanas de la cultura, en: Comunicación y espacios culturales en América Latina* (1994) y *Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos* (1995). Más adelante, de 1995 a 2002, continuó su labor docente en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores en Guadalajara, México. Desde ese periodo hasta la fecha ha sido profesor visitante en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Stanford, la Universidad Libre de Berlín, el *Kings College* de Londres, entre otras instituciones de educación superior en Argentina, Brasil, Puerto Rico y Perú. Entre las obras que realiza en este periodo se encuentran *Proyectar la comunicación* (con A. Silva, 1997), *Mapas nocturnos* (1998), *Medios, Cultura y Sociedad* (con F. López, 1998), *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (con G. Rey, 2000) y *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura* (2002).

pues es gracias a ella que podemos comprender muchos aportes de su obra; sin embargo, en otros puntos se separa y toma un rumbo que le permite convertirse en totalmente autónomo en sus aportes. En este punto se podría citar como ejemplo la diferencia que hay entre la recepción de la audiencia, no viéndola como la fuerte influencia que tienen los medios sobre el pueblo visto desde una lógica comercial, sino más bien se para sobre el eje en el que la participación y fuerza del pueblo es la que define el rumbo de los medios.

El objetivo de la investigación de Martín Barbero se centra en hacer investigables los procesos de construcción de lo masivo más allá de una visión netamente culturalista, sino más bien concentrándose en las mediaciones y los sujetos, esto es, desde la articulación entre las prácticas de comunicación y movimientos sociales. La contribución de Martín Barbero ha sido fundamental porque permitió plantear como iniciativa la importancia de la temática del consumo, en un momento en que la preocupación dominante en los estudios sobre cultura y comunicación en América Latina todavía era el análisis de los mensajes en los medios masivos en tanto soportes de la “ideología de la dominación”.

Por otro lado, trata de dar un enfoque global de lo que pasa en cada uno de los fenómenos sociales. Centrándose en las audiencias, al entender que ellas no toman todo lo que se dice en los medios al pie de la letra, sino que lo interpreta de acuerdo a sus propios contextos y puntos de vista, lo que al final de cuentas le da una fuerza de transformación y cambio en su entorno.

A resumidas cuentas “De los medios a las mediaciones”, permite entender un giro en el entendimiento de los estudios de la comunicación, en el que se va más allá de las teorías que hasta su publicación se habían generado y comienza a fijar la vista en el poder de la audiencia y su papel estratégico en la configuración de su propio mundo, es a lo que el autor llama las *mediaciones*. Es por ello que ha sido pertinente cerrar este capítulo introductorio

trayendo el aporte de este prestigioso autor, a través del cual nos permitirá reflexionar sobre la importancia que tienen las interpretaciones de los lectores/audiencias/receptores de los distintos procesos culturales, y cómo dichos procesos influyen en las estructuras sociales, inclusive la de los propios medios de comunicación.

Esta breve introducción nos permite presentar a continuación los temas que abordará este libro, todos ellos teniendo como eje principal la investigación en comunicación y que han sido producto de un prolongado y riguroso estudio desarrollado por los diferentes equipos de investigación que pertenecen al Programa “Historia Contemporánea en Latinoamérica y medios de comunicación”, todos ellos avalados y financiados por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba.

Así mismo se incluyen cuatro trabajos vinculados a la temática que aborda este material que han sido trabajado por docentes e investigadores invitados tanto de nuestra Universidad de Córdoba como así también de universidades latinoamericanas, complementando y enriqueciendo así la perspectiva a un estudio tan complejo como lo es el de la comunicación.

En primer lugar, se plasman los resultados de la investigación dirigida por el Esp. Pablo Rubén Tenaglia y co-dirigida por la Dra. Paulina Brunetti titulada “El periódico como actor político. Continuidades y mutaciones en la prensa cordobesa”. En este trabajo se pueden evidenciar los interrogantes sobre la actuación del diario como actor político en dos períodos distantes en la prensa cordobesa y determinados por diferentes condiciones de producción: 1925-1932 y 2008-2015.

La segunda de las investigaciones expuestas es la dirigida por la Dra. Renee Isabel Mengo y se titula: “La prensa de Córdoba en la década de 1960”. Cómo se representaron los golpes de Estado y El Cordobazo en los diarios locales. Este trabajo pone su mirada sobre los dos golpes de Estado de 1962 y 1966 y El Cordobazo, prestando especial atención al tratamiento informativo que

la prensa local de Córdoba realizó sobre dichos acontecimientos.

La tercera de las investigaciones que presenta este material es la dirigida por la Dra. María Alaniz y codirigida por el Dr. Hugo Ignacio Pizarro titulado “Medios informativos y agendas políticas en América Latina (2010-2015)”. La investigación parte del reconocimiento de un escenario donde algunos países latinoamericanos han sido presentados como expresión de un arco político coincidente (denominados “gobiernos progresistas”) con objetivos tales como el recorte de los poderes multi-mediáticos, sea a través de la promulgación de leyes regulatorias, o bien, incentivando la rearticulación de políticas de comunicación públicas y el sistema de medios estatales. En este marco, el trabajo muestra las agendas políticas presentadas en los medios de información de países de América Latina desde el 2005 hasta el año 2015, momento de cierre de la investigación.

Por otra parte, y dentro de los prestigiosos trabajos realizados por investigadores invitados, es preciso comenzar citando a continuación el del investigador peruano Rafael Ojeda titulado “El Mercurio Peruano del siglo XVIII: pensamiento pedagógico de la Sociedad de Amantes del País”. Aquí se realiza un exhaustivo trabajo exploratorio y análisis minucioso de una de las cuatro publicaciones periódicas que confluyeron en la capital peruana durante la última década del siglo XVIII: El Mercurio Peruano.

Otra de las investigadoras invitadas a esta publicación es la Dra. Paulina Brunetti con su trabajo “Publicidad, suscripciones y ventas: la contienda comercial entre los periódicos cordobeses de 1920”. El mismo pone de manifiesto la situación vivida en Córdoba entre fines del siglo XIX y comienzos del XX cuando se produjo una mutación de la prensa desde una lógica político-partidista a otra comercial. Es a partir de allí que el trabajo intenta evidenciar cómo se vivenció este cambio en los periódicos cordobeses.

Por su parte las investigadoras brasileras Maira Evangelista de Sousa y Ana Gruszynski presentan su interesante propuesta titulada “De lo impreso a lo digital: periódicos y procesos de convergencia”. En este trabajo se analizan los cambios sufridos en las esferas editoriales, empresariales, profesionales y hasta en el propio público a partir de la convergencia tecnológica que afecta a las empresas periodísticas tradicionales. Se toman en este estudio como puntos de referencia periódicos brasileños, norteamericanos y europeos.

Por último, el trabajo “Tensiones en Venezuela, desde El Universal y Aporrea, a un año de la muerte de Hugo Chávez (marzo-abril de 2014)” presentado por el Licenciado Rodrigo Bruera, donde se pone en evidencia la importancia que han tenido los medios informativos con posturas a favor y en contra respecto al gobierno chavista, tomando como punto de referencia el aniversario de la muerte del líder Hugo Chávez. El proceso de análisis se circunscribe a dos periódicos, El Universal y Aporrea, en el periodo comprendido entre los meses de febrero y marzo del año 2014, centrando el interés en las modalidades del tratamiento informativo de dos medios de distinta postura editorial, a los fines de acceder a los modos en que la prensa venezolana construye las noticias sobre las marchas y contramarchas del proceso económico-sociopolítico vivido en Venezuela en el periodo mencionado.

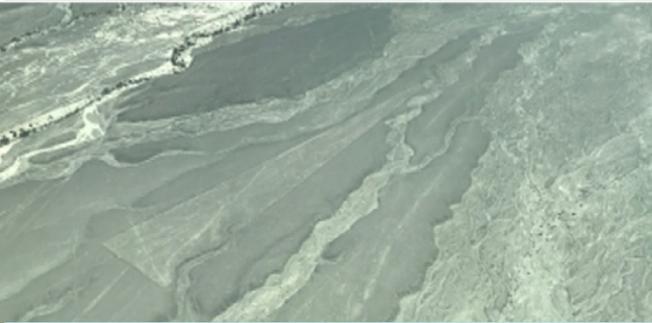




# Parte 1.



# Proyectos





# Capítulo 1.

## Proyecto e informe Final

---

### **El periódico como actor político. Continuidades y mutaciones en la prensa cordobesa**

Resolución Secyt-UNC de aceptación: 366/2016

Resolución de aprobación de informes académicos: 116/2018

**Director: Esp. Pablo Rubén Tenaglia**

**Codirectora: Dra. Paulina Maritza Brunetti**

#### **Integrantes:**

Pedro Julián Albarracín Nievas

Renzo Gabriel Aguirres

Eduardo Alonso

Lucia Victoria Astrada

Federico Castello Rojo

Mariana Dallera

Cecilia Elizabeth Della Vedoba

Tomas Agustín González

Lucia Irene Mengo

Chiemi Tamasiro

Bruno Vagliente

---

***El periódico como actor político.***  
**Continuidades y mutaciones en la**  
**prensa cordobesa**

---

**PROYECTO**

**Introducción**

El proyecto que se presenta surge de la confluencia de intereses e inquietudes académicas de docentes-investigadores de la Escuela de Ciencias de la Información UNC, quienes en equipo o individualmente han tomado, en períodos previos, a la prensa como objeto de estudio y en reuniones (jornadas, congresos, encuentros al interior de la unidad académica) y han compartido y reflexionado sobre temáticas que si bien se planteaban en períodos diferentes ostentaban aspectos comunes, lo que ha permitido conjeturar persistencias pero también rupturas. De allí nacen interrogantes sobre la actuación del diario como actor político en dos períodos distantes en la prensa cordobesa y determinados por diferentes condiciones de producción: 1925-1932 y 2008-2015. En efecto, mientras en el primero asistimos a numerosas publicaciones diarias en soporte papel con un incipiente desarrollo de la radio, en el segundo se asiste a lo que Ramonet (2011: 11) ha denominado un cambio radical en el “ecosistema mediático”. Mientras en el primero, los diarios dependían de empresas familiares, en el segundo asistimos a la constitución de empresas concentradas que actúan en un escenario complejo, el de las industrias infocomunicacionales (Becerra y Mastrini; 2009, Carlón y Scolari; 2009). Se trata de dos momentos en los que la prensa se ha desarrollado no sólo en distintos soportes sino también naturalmente con conceptos diferentes respecto de la actualidad, de las interacciones entre medios, de la prensa como cuarto poder, del tipo de contacto con

el público lector, de la opinión pública (Menéndez; 2009), etc. y en las que los profesionales de la prensa se encuentran determinados por intereses diversos. No obstante, hipotetizamos, siguiendo a (Borrat; 1989: 2006) continuidades, especialmente teniendo en cuenta la categoría del conflicto y del diario como actor político, esto es, nos preguntamos por los modos de su intervención: a) como observador externo, no involucrado; b) como intermediario ahondando la oposición entre los antagonistas o c) como participante. Especialmente en las dos últimas presumimos continuidad aun en el marco de culturas políticas diferentes en tanto “la historia proporciona señas duraderas, pero las crisis sucesivas generan aprendizajes y los ciclos de refundación atraviesan un combate cultural” (Lanzaro; 2002: 44). Los dos períodos son testigos de significativos momentos en la vida política a nivel local y nacional: la segunda llegada al gobierno de la nación de Hipólito Irigoyen (1928) y las gobernaciones que en ese período se suceden en Córdoba (la gobernación de Ramón J. Cárcano y luego la de Martínez-Ceballos), el primer golpe de Estado en la Argentina (Uriburu), el primer tramo de la presidencia del General Justo. En la actualidad, abarca parte del gobierno kirchnerista (2008-2015), en el marco del cual se producen importantes cambios socioeconómicos, y en el que se presentan acontecimientos como la llegada de Cristina Kirchner al gobierno de la Nación y una serie de disposiciones que son objeto de intensas controversias de diferente naturaleza. La actualidad es objeto de enfrentamientos múltiples a nivel informativo y editorial en cualquiera de los dos momentos. Incluso en los dos períodos, las conmemoraciones son objeto de disputas e intervenciones periodísticas, como los aniversarios y fiestas patrias que inscriben la memoria en un largo plazo y construyen la evocación con particularidades investidas de significaciones diferentes (Verón; 1999: 128).

Como ya señalamos, tal continuidad debe ser enmarcada en diferentes condiciones de producción. El periodismo gráfico nació político y en el siglo XIX y los comienzos del XX se fundaban

diarios y estaban ligados a un modelo de medios que tuvieron finalidades políticas, ideológicas y doctrinarias; en la actualidad los medios son fuertes actores de la política, pero defensores de sectores empresariales. Esto es, si en el primer periodo la fuerza de los partidos políticos era contundente, en el segundo emerge con mayor nitidez la importancia de los grupos de poder y sus relaciones con los gobiernos de turno son muy cambiantes (Quevedo; 2005: 169). En la década de 1920 la prensa se pensaba como un contrapoder, hoy parece desvanecerse ante el poder de un puñado de grupos económicos (Ramonet; 2011: 48).

Teniendo en cuenta estas determinaciones y las configuraciones diferentes derivadas del soporte pantalla, el periódico es un espacio eminentemente escrito (Valdettaro; 2009: 63) en el que emergen las huellas de sus condiciones de producción y los dos períodos, como dijimos, son el espacio de fuertes enfrentamientos políticos con los consiguientes antagonismos periodísticos, entonces, ¿cuál es el tipo de intervención periodística y cómo se producen las modalidades de confrontación?

Igualmente, en los dos períodos se tematizan aspectos, siempre presentes y conexos, a los que no es posible desatender; en oportunidades pasan a ocupar el centro de la escena o cruzan como ejes transversales los conflictos: la libertad de expresión como la misma escritura periodística (imparcialidad u objetividad). Si bien la expresión “libertad de expresión” parece tener un significado transparente, la historia demuestra que su uso, de larga data, encontró en escenarios políticos diferentes también abordajes e interpretaciones disímiles, aunque siempre ligadas a los conflictos, ya sea en su defensa como en la intención de limitarla. Las restricciones que se le impusieron han surgido de un punto común: como todos los derechos la libertad de expresión tiene sus límites, pero la forma de restringirla ha sido opuesta. Mientras en el primer período las limitaciones vinieron de la mano de la convicción de que el derecho debía restringirse a través de las

denominadas leyes de imprenta. En la actualidad, la Convención Americana de Derechos Humanos determina que la libertad de expresión no puede estar sujeta a previa censura sino a responsabilidades ulteriores. Se trata de dos concepciones filosóficas diferentes, no obstante, es posible hipotetizar que de una u otra manera las posibles limitaciones se encuentran siempre ligadas a problemáticas sectoriales o político-partidarias concretas; esto es a la consideración del diario como actor político.

Durante el primer período que analizamos, la objetividad surge con fuerza como directriz del relato, pero también en medio de cuestionamientos. A pesar de ello se ha tornado en una categoría persistente, bajo expresiones diversas como la de “pluralidad de voces” que hoy todavía se esgrime en los medios.

En la actualidad, ningún relato informativo puede mantenerse sin ser cuestionado, pero esto que hoy forma parte del conocimiento de cualquier ciudadano, no puede ser objeto de una simplificación ni de valoraciones a priori: en todo caso será necesario observar la posición de cada periódico en cada conflicto (Borrat; 2006: 291).

En suma, el trabajo plantea la función del periódico como actor político en dos periodos significativos y confrontables: el de la consolidación de la prensa de masas en las décadas de 1925-1932 y la etapa actual entre 2008-2015, en la prensa regional. El problema planteado se vincula a una temática omnipresente y que asume diferentes formas en la arena de la comunicación política (Gauthier, Gosselin et Mouchon; 1998).

## **Objetivos**

### **Generales:**

- Analizar la intervención del diario como actor político en la prensa cordobesa en los periodos 1925-1932 y 2008-2015.

## Específicos:

- Seleccionar acontecimientos de relevancia socio-política en los periodos 1925-1932 y 2008-2015.
- Determinar las diferentes condiciones de producción de la prensa cordobesa en los dos periodos citados.
- Comparar la función del diario como actor político en la prensa, en su versión tradicional (papel) y versión on-line

## Materiales y Método

El análisis que proponemos se inscribe en el amplio campo de investigaciones que ha sido denominado *análisis del discurso*, cuyos límites es necesario deslindar dado “el abigarrado mapa actual de los análisis del discurso a los que cabe denominar *semióticos*” (Abril; 1999: 431). Sabemos que en este espacio se impone un estudio interdisciplinario en tanto de acuerdo al problema y las hipótesis planteadas, la investigación sólo alcanzará una dimensión explicativa apelando especialmente a la teoría de la comunicación, a la historiografía política y a los estudios discursivos sobre la prensa. De particular importancia en la investigación es la conceptualización dada por Héctor Borrat (1989; 2006) del diario independiente como actor político. Desde su perspectiva, la proclamada independencia, antes o ahora, no es lo que lo define sino “*su dependencia exclusiva de la empresa del sector privado que lo edita*”, mientras que los otros tipos de periódicos (gubernamentales, partidistas, sindicales, eclesiásticos) establecen su vínculo primordial con el gobierno, partido, sindicato o iglesia quienes generalmente lo financian. Pero el periódico independiente no es apolítico, por el contrario “*es un verdadero actor político de naturaleza colectiva*” cuyo objetivo permanente no solo es sólo *lucrar* sino también *influir* ya sea sobre el gobierno, los partidos políti-

cos, los movimientos sociales, etc. La noción resulta operativa, para la indagación que proponemos, en función del anclaje de la prensa, respecto de los partidos políticos o de determinados grupos de poder. “*Periódicos y periodistas, desde siempre, privilegian el conflicto como valor o factor de la noticia, como categoría determinante en la selección y jerarquización de los casos y los temas considerados (...)*”, pero al mismo tiempo “*los periódicos actúan en medio de una red de conflictos internos y externos que los perfilan a ellos mismos, según los casos, como partes participantes o terceros involucrados*”, esto es como actores políticos con diversos modos de participación (concretamente como actor externo no involucrado en el conflicto, como tercero involucrado, ahondando la oposición entre los antagonistas de un conflicto político, como participante de un conflicto iniciado por él u otros). Tal posición puede encontrarse más o menos disimulada en la cobertura periodística, pero de hecho siempre deja huellas de sus condiciones de producción. Es necesario observar los relatos periodísticos en función de sus diferentes condiciones de producción, en función del lector posible y en función de las interacciones entre medios, hoy más compleja que antes. De todos modos, hay una categoría omnipresente: “*los periódicos de información general sitúan **desde siempre** los conflictos de poder en los más altos rasgos de sus temarios, tanto más cuanto mayor sea su intensidad y violencia*” (Borrat; 2006: 301) y desde siempre cuando es participante del conflicto “*la estrategia del periódico planea sobre todo las versiones, las moldea y las controla*” (ib. 2006: 291).

Hemos tomado igualmente de diferentes teorías nociones y categorías que, creemos, resultan productivas para analizar el problema planteado, sin que esto signifique la aplicación de una sola perspectiva discursiva aun cuando el trabajo se orienta a la especificidad de los medios de comunicación masiva. Seleccionamos, por su especificidad para el análisis, algunas proposiciones enunciadas por Eliseo Verón (1984, 1987, 1988) respecto de los

discursos sociales y del discurso político en particular y Patrick Charaudeau (2003) respecto del discurso periodístico. Esto no significará atenernos estrictamente a la formulación de estos modelos de los que tomaremos algunos ejes que resultan apropiados para la tarea analítica del corpus seleccionado, por su carácter explicativo.

En todos los planos del análisis resulta central el concepto de enunciación y algunas distinciones iniciales relativas a esta instancia en el discurso periodístico representada por el productor de la información y la instancia de recepción por quien la consume, ambas consideradas como sujetos textuales y no como sujetos empíricos. En oposición a un esquema que supone, de manera simple, cierta unidad del polo de la emisión, es característica de la comunicación mediática su especial complejidad (Charaudeau; 2003: 81-82) en tanto una serie de voces (fuentes, documentos) y acontecimientos preexisten a la elaboración de la información. Dentro de la teoría que adoptamos, el abordaje asume que todo discurso social se encuentra determinado por lo que Eliseo Verón (1987) denomina condiciones de producción que constituyen determinaciones exteriores al discurso, pero nunca extrañas a él. Las condiciones de producción son fenómenos que determinan el material lingüístico y las propiedades discursivas (Sigal y Verón; 1988: 239), de allí que Verón hable de una gramática de producción en la medida en que se trata de un conjunto de reglas que permiten describir o formular la manera en que el discurso es engendrado en producción (1995: 74).

Es necesario explicitar en el caso de los medios en general un fenómeno constitutivo de la prensa: en ella nos encontramos con superficies discursivas *multideterminadas* cuyas particularidades y propiedades resultan de niveles de determinación diferentes y en oportunidades opuestos (Verón; 2005: 193-2012). Esto significa que hallaremos operaciones que podrán ser explicadas a partir del reconocimiento de diferentes condiciones de producción.

## Aspectos metodológicos

Entendiendo la metodología como el conjunto de operaciones para la recolección de datos que permitan responder a los interrogantes planteados, en la investigación propuesta se realizarán: observaciones documentales; selección y transcripciones para la recolección del corpus. En efecto, en el análisis en general, será de capital importancia el principio metodológico que Verón denomina “principio de la diferencia” (1995: 73) según el cual la comparación entre textos resulta el camino más enriquecedor para reconstruir las operaciones por las cuales los mensajes se construyen. Para el análisis de noticias o artículos seleccionados se tendrán en cuenta, inicialmente, los siguientes criterios: semántico (temático); enunciativo (identidad discursiva de los enunciadores); pragmático (funciones e intenciones comunicativas); composicional; estilístico; soporte (Maingueneau; 1999, Adam; 1997). Con respecto a la metodología, la misma será de carácter exploratoria-descriptiva, por lo que se va a indagar, analizar y describir.

Se considerará la variada y actualizada bibliografía existente tanto sobre la prensa en su formato tradicional como en su versión digital, soporte teórico desde el cual se desarrollará la presente investigación. A la vez, se trabajará con los archivos de las hemerotecas de Córdoba como con los archivos digitales de los periódicos seleccionados en cada periodo como material concreto del análisis, considerando a esto como la fortaleza del diario pensado como actor político de un contexto social determinado

La técnica a aplicar consistirá en el tratamiento de los periódicos tanto en versión papel (1925-1932) y digitales, versión on line (2008-2015) y, el instrumento será una grilla de observación, preparada a tal fin por el grupo investigador en la que se tendrá en cuenta, en relación al marco teórico, las “notas periodísticas” con los siguientes puntos: A) Sección en la que se ubica, B) Lo-

calización e importancia en la página o pantalla, C) Contenido, D) Extensión, E) Recursos paratextuales, F) Hipervínculos (Solo para versión on line), G) Carga ideológica del lenguaje, H) Comentario de los lectores, I) Interrelación con otros subtemas.

El relevamiento efectuado por cada investigador, constituidos en dos subgrupos, uno que trabajará con la prensa en formato papel en el periodo 1925-1932 y el otro con la prensa en su versión digital en el periodo 2008-2015, los que con posterioridad al relevamiento harán el análisis del periodo y trabajarán de manera conjunta al interrelacionar los resultados y conclusiones de ambos periodos, para ser llevados definitivamente a una conclusión.

*El corpus.* Para responder al problema planteado se seleccionarán acontecimientos puntuales y de gran impacto socio-político (elecciones, proyectos o disposiciones gubernamentales, conmemoraciones, etc.). Cada uno constituye un momento discursivo, esto es, el surgimiento en los medios de una producción discursiva intensa y diversificada (Charaudeau y Maingueneau; 2005: 398). La selección del corpus de análisis está vinculada al problema que se procura investigar. Siguiendo a Eliseo Verón (1984: 145-146), las reglas para la selección del corpus y por ende los criterios para su homogeneidad, dependen de consideraciones sustantivas relativas a la temática propuesta, esto es, no serán arbitrarios. Se trata de mensajes emitidos por fuentes identificables y especialmente de relatos u opiniones sobre acontecimientos de significación socio-política en contextos determinables. En este sentido, se procurará que la selección verse sobre temáticas confrontables que emergen en los dos períodos (elecciones, libertad de expresión, conflictos políticos); se trata de fuentes que desde ciertos puntos de vista son diferentes entre sí y, desde otros puntos de vista comparables. La selección que se realizará, asegura la factibilidad del proyecto.

Los periódicos publicados en ambas fechas son *La Voz del Interior* (1904-continúa), *Los Principios* (1894-1982), *La Opinión* (1915-1947), *El Tiempo* (1920-1925), *Tribuna* (1924-1931), *El*

*País* (1926-1942?), *El Día* (1930-1932?), *Córdoba* (1928-1986), *Comercio y Tribunales* (1929-1939?)<sup>4</sup>. Se trabajará especialmente con *La Voz del Interior*, *Los Principios* y *El País*. Mientras que en la actualidad y en versión on line se trabajará con *La Mañana de Córdoba Digital*, *La Voz del Interior* y *Día a Día*, éstos últimos en su versión on line ([www.lavoz.com.ar](http://www.lavoz.com.ar) y [www.diaadia.com.ar](http://www.diaadia.com.ar)).

Repositorios de diarios soporte papel: Hemeroteca de la Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba, Hemeroteca del Centro de Documentación del CISPREM, Hemeroteca de la Legislatura de Córdoba.

## **Importancia del proyecto e impacto**

Si bien los estudios sobre el discurso periodístico son numerosos, la propuesta que se presenta toma en consideración períodos sobre los que la bibliografía es escasa, como por ejemplo el de 1925-1932, como así también no existen indagaciones referidas a diarios actuales como *La Mañana de Córdoba Digital* y *Día a Día* ([www.diaadia.com.ar](http://www.diaadia.com.ar)). La importancia del tema propuesto radica en tomar como objeto de estudio a la prensa regional por cuanto la mayor cantidad de investigaciones han versado sobre la prensa nacional. Por otro lado, el tema propuesto, según ya lo hemos planteado, apunta al análisis de la comunicación en la arena política en dos periodos que se confrontarán con la posibilidad de observar cambios y mutaciones en la mediatización de la política.

La relevancia del proyecto reside en analizar, tanto el material teórico como el material periodístico disponible, teniendo en cuenta al diario como actor político real de un contexto determinado, generado así nuevos horizontes en el estudio de las ciencias sociales y de la comunicación a partir del corpus de investigaciones sobre la prensa regional, lo que propicia el incentivo a futuros

---

<sup>4</sup> No todos estos diarios se encuentran en las hemerotecas cordobesas, y de algunos tampoco existe la colección completa.

trabajos sobre el estudio de estas temáticas teniendo como antecedentes estos proyectos.

## INFORME FINAL

Este informe se inscribe en la línea de investigación de historia de los discursos de la prensa y su objetivo general ha sido analizar la intervención del diario como actor político en los períodos 1925-1932<sup>5</sup> y 2008-2015. Pese a las importantes diferencias respecto de las condiciones de producción (Verón; 1987: 2005), en los dos momentos –las que fueron consignadas en el proyecto presentado– hipotetizamos en él continuidades o permanencias en el campo periodístico teniendo en cuenta la categoría del conflicto y del diario como actor político<sup>6</sup> (Borrat; 1989: 2006). Esto es, desde nuestra perspectiva y, aun cuando entre las dos etapas media una importante distancia temporal, la prensa continúa actuando como un actor político tomando diferentes modalidades, pero especialmente la de participante<sup>7</sup>, esto es, involucrado en los conflictos políticos, aun cuando tal continuidad debe ser analizada en diferentes marcos socio-históricos que determinan su actuación.

Como marco general puede señalarse que el periodismo gráfico –en el siglo XIX– nació político. En ese momento, se fun-

---

<sup>5</sup> Véase en el desarrollo el recorte temporal realizado para el primer período.

<sup>6</sup> “Entiendo por actor político a todo actor colectivo o individual capaz de afectar al proceso de decisiones en el sistema político, afirmo que el periódico independiente de información general es un verdadero *actor político* de naturaleza colectiva, cuyo ámbito de actuación es el de la influencia (...) Mediante el análisis del conjunto de las actuaciones públicas y no públicas es posible entonces un conocimiento aproximativo de las estrategias de este actor, sus objetivos permanentes y temporarios, los recursos de que dispone, los riesgos que enfrenta. El carácter hipotético de tal conocimiento no le niega plausibilidad (...)”. (Borrat, 1989: 10-11).

<sup>7</sup> Héctor Borrat (1989: 29-31) distingue tres modos de intervención de la prensa en los conflictos a) como observador externo, no involucrado; b) como intermediario ahondando la oposición entre los antagonistas o c) como participante.

daban diarios que estaban ligados a un modelo de medios con finalidades políticas, ideológicas y doctrinarias; en la actualidad los medios son fuertes actores de la política, pero defensores de intereses empresariales. Esto es, si en el primer periodo la fuerza de los partidos políticos era contundente, en el segundo emerge con mayor nitidez la importancia de los grupos de poder y sus relaciones con los gobiernos de turno son muy cambiantes (Quevedo; 2005: 169). En la década de 1920, la prensa se pensaba como un contrapoder; hoy parece desvanecerse esta concepción ante el poder de un puñado de grupos económicos (Ramonet; 2011: 48). No obstante, fue posible probar que, a pesar de las abismales diferencias, la prensa parece poner siempre en acción estrategias para afectar el comportamiento de ciertos actores en sentido favorable a sus propios intereses. En este sentido como señala Borrat (1989: 30) “...el periódico no es sólo narrador, sino también comentarista y puesto en situaciones de conflicto, a veces puede tener una involucración mucho más intensa que la de tercera parte; puede ser parte principal en el conflicto”.

## **Resultados y conclusión**

Para los dos períodos escogidos se consultó la bibliografía pertinente, se estudió de manera específica tanto el contexto político nacional como el de la provincia de Córdoba, se trazó su mapa de medios y se consultó el corpus escogido. Surgen en las dos etapas –aun cuando los marcos jurídicos y políticos difieren notablemente– el tratamiento de temáticas que se instalan en el centro de la escena cruzándola como ejes transversales a partir de un conflicto de relevancia socio-político: la legislación que en uno y otro momento se genera como instrumento de regulación de los medios. Aquellos periódicos que en cada momento manifestaron su oposición a las regulaciones, tematizan intensamente

los tópicos de la libertad de expresión<sup>8</sup> como algunas particulares de la escritura periodística (imparcialidad, independencia, militancia periodística, etc.). En relación a estas ideas, la decisión<sup>9</sup> del equipo fue abocarse al análisis de ellas en su contexto histórico y realizar una indagación comparativa considerando el diario como actor político. Para esta tarea se realizó, en el caso de algunos periódicos de la década de 1920, un recorte temporal y se trabajó con *La Voz del Interior* (1925-1928); *Los Principios* (1925-1928); *Tribuna* (1925-1928). Para el segundo período se consultó *La Voz del Interior* on-line: (2008-2015) y *Día a Día* on-line (2008-2015) a lo que se sumaron documentos de carácter legislativo y judicial de capital importancia para la temática y que se citarán en el desarrollo de este informe.

Se realizó el análisis de la ley de imprenta del año 1925 (Nº 3.375), su modificación del año 1928 (Ley Nº 3.402) y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual del año 2009 (Nº 26.522) y su repercusión en el discurso periodístico. La primera ley pertenece al ámbito provincial y la otra al nacional; sin embargo, tal divergencia tiene su explicación. El artículo 14 de la Constitución Nacional señala que: “Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio; a saber: ...de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa,...”. La Convención Reformadora del año 1860, inspirada en la Primera Enmienda de la Constitución de los EEUU, añadió el art. 32 que dice: “El Congreso Federal no

---

<sup>8</sup> Según Rodríguez Villafañe (2015: 26-36), las denominaciones adoptadas para referirse a la libertad de comunicación se vinculan con la tecnología bajo la cual se llevaba adelante esa libertad (libertad de imprenta, libertad de prensa) y, luego, desde una visión amplia, tanto libertad de opinión, expresión o de información pueden ser tenidas como un mismo cuerpo: “En la libertad de expresión hay derechos propios a las personas y otros más específicos respecto de la tarea, responsabilidades, representaciones y resguardos que tienen algunas funciones representativas (legisladores, otros funcionarios públicos y diplomáticos), así como el periodismo profesional.”

<sup>9</sup> Véase el informe del director.

dictará leyes que restrinjan la libertad de imprenta o que establezcan sobre ella jurisdicción federal.” De esta manera las provincias quedaron encargadas de dictar sus propias reglamentaciones restrictivas en la materia. Esto es, fueron las responsables de generar instrumentos regulatorios en tanto no existían a nivel nacional. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es nacional pero su carácter no es restrictivo, como veremos más adelante.

Lo tópicos a los que hemos aludido en cada etapa referidos a la libertad de expresión, prensa independiente, imparcialidad, etc. son discursos que, como ya señalamos, irrumpen en la prensa en oportunidades socio-históricas concretas; en este caso, ligadas especialmente a la decisión de los diferentes gobiernos de crear leyes que –aun cuando fueran de naturaleza muy diferente en cada momento– sirvieran como herramientas jurídicas y cuyo objeto apuntara a regular el funcionamiento de los medios de comunicación.

El debate periodístico en torno a estas disposiciones, como veremos, no se funda en ideas ajenas a los intereses partidarios o sectoriales, por ello ha sido posible probar nuestra hipótesis: la de la continuidad del diario como actor político, pero, y esto es lo significativo, utilizando en el discurso periodístico –y en los dos momentos– como estrategia la invocación a la libertad de expresión. Los argumentos puestos en juego se muestran en la escritura periodística centrados en expresiones irrefutables y enfáticas, al menos para el público lector: “libertad de prensa o de imprenta”, “libertad de expresión”, “independencia”, “pluralidad de voces”, “imparcialidad”.

Resulta esto revelador desde el punto de vista discursivo en tanto es pertinente aclarar, que si bien la frase “libertad de expresión” parece tener un significado transparente, la historia demuestra que su uso, de larga data, encontró, según las épocas, precisiones y alcances disímiles pero no siempre claros en la prensa cuando se esgrimió ligada a los conflictos de la época.

Las restricciones que se le impusieron han surgido de un punto común: como todos los derechos, la libertad de prensa tiene sus límites, pero la forma de interpretarla ha variado considerablemente en los dos períodos escogidos. Mientras en el primero, las limitaciones vinieron de la mano de la convicción de que el derecho debía limitarse a través de las denominadas leyes de imprenta; en el segundo, la Convención Americana de Derechos Humanos, suscrita en San José de Costa Rica en noviembre de 1960, en la Conferencia Especializada en Derechos Humanos, determina que la libertad de expresión no puede estar sujeta a censura previa sino a responsabilidades ulteriores, expresamente fijadas por la ley. Se trata de dos concepciones filosóficas muy diferentes, en tanto en el período 1925-1928 sólo se atiende a la ausencia de censura previa y se elaboran leyes provinciales especiales destinadas a los modos de restringirla; en el segundo período (2008-2015), se problematizan conceptos y el de libertad de información viene a sustituir el concepto de libertad de prensa, “reflejando la necesaria evolución que demandaba la aparición de nuevos medios de comunicación”, aunque la transformación es más profunda en tanto no sólo se considera el derecho de expresión del pensamiento sino también el derecho del receptor de ser informado. (Loreti; 2005: 21-22), lo que ha dado lugar a debates y a una amplia producción académica.

### ***Ley de imprenta N° 3.375 de 1925 y su reforma en 1928 (Ley N° 3.402)***

Desde la perspectiva política conviene destacar que para una Córdoba considerada, desde fines de la década de 1910, como un bastión radical, en el período 1919-1928, la provincia estuvo gobernada por el Partido Demócrata<sup>10</sup> y entre 1928-1930 por el

---

<sup>10</sup> Rafael Nuñez (15/05/1919-21/11/1921); Jerónimo del Barco (25/11/1921-17/05/1922); Julio A. Roca (h) (17/05/1922-17/05/1925); Ramón J. Cárcano

Partido Radical<sup>11</sup>. La emergencia de las gobernaciones demócratas que alcanzaron tres períodos no se debió a la ausencia de votantes radicales sino a circunstancias que, aunque de distinta naturaleza, planteó el Partido Radical, entre las que fueron determinantes las fracturas internas, como así también la extensa etapa de abstención electoral<sup>12</sup> impulsada por el Partido Radical en la provincia y el insistente pedido de intervención de la provincia (1921-1924) realizado por el mismo partido (Vidal; 1995: 91-146).

La ley de Imprenta N° 3.375, siguió un derrotero particular en el término de seis años (se presentó en la cámara de Diputados de la Provincia en el año 1922, pero su tratamiento no prosperó; se presentó nuevamente en el año 1925 y fue sancionada y se reformó en el año 1928), en el marco de escenarios políticos particulares como brevemente explicamos a continuación.

Hacia la segunda década del siglo XX, la ley de imprenta de 1879 había caído en desuso e incluso había sido declarada inconstitucional; la ley que finalmente se aprobaría en el año 1925 fue presentada en la Cámara de Diputados en el año 1922<sup>13</sup> pero no prosperó y permaneció en la Comisión Legislativa.<sup>14</sup> En la reno-

---

(17/05/1925-17/05/1928).

<sup>11</sup> Enrique Martínez (17/05/1928-17/08/1928); José Antonio Ceballos (14/08/1928-7/09/1930).

<sup>12</sup> Como estrategia de deslegitimación el Partido Radical se abstuvo en la elección de gobernador y vice de 1921 y en las elecciones legislativas provinciales de 1921 y 1924. En la primera, los legisladores radicales en ejercicio presentaron su renuncia como gesto de solidaridad. Participó en estas elecciones un grupo conocido como "independiente". Con ese nombre se conocían los diputados católicos y más en general, los ciudadanos independientes eran católicos que no pertenecían a ningún partido y cambiaban sus preferencias electorales según el candidato. (Vidal 1995: 99).

<sup>13</sup> El proyecto fue firmado por los diputados J. Cortés Funes, R. Moyano López, C. Ferreyra, L. Roca y J. Garzón Funes.

<sup>14</sup> Es difícil saber las causas por las que no fue tratado, sólo es posible, a partir del debate habido respecto de la reforma de la ley de imprenta en 1928, conocer que fue el sector demócrata quien la retuvo hasta las sesiones de prórroga del año 1925, momento en el cual sí la votó positivamente.

vación de la legislatura provincial de marzo de 1924 el radicalismo volvió a abstenerse. En esos años de gobierno demócrata, en los que el radicalismo estimulaba la intervención y se recurría a la abstención electoral con muy buenos resultados, la lucha del diario *La Voz del Interior*, cuyos propietarios eran de reconocida militancia radical, fue incansable en sus críticas y provocó la cólera no sólo de los tres poderes de la provincia sino también del alto clero cordobés, pues el diario era profundamente anticlerical. De allí derivaron numerosos juicios contra el diario y su director, José María Carceglia, quien había asumido como tal en el año 1918 y continuaría hasta 1931.

El periódico dirigido por Carceglia seguiría fielmente la trayectoria político-partidaria de Pedro Loustau Bidaut, miembro de la familia propietaria en ese momento, (radical rojo, luego elpidista, luego personalista y sabattinista). En lo político y cultural habría de transformarse en una fuerza centrífuga en la Córdoba de 1920 al embestir bastiones inexpugnables de la política, la justicia y el clero y si quizás no logró transformar al menos sí introdujo debates e inquietudes solemnemente silenciados en la Córdoba clerical. El mismo diario se definiría orgullosamente como “de combate”<sup>15</sup> (11/07/1922). Durante los gobiernos demócratas, numerosas críticas e imputaciones pueblan sus páginas, ya sea contra el clero o contra los tres poderes de la provincia. Una retórica inflamada, en la sección política en la que se combinaban vilipendio y burla, irritó fuertemente a sus adversarios políticos y al clero en particular. De allí derivaron al menos 17 juicios contra *La Voz del Interior* y su director.

El proyecto de ley de imprenta que, como dijimos, había sido propuesto en el año 1922, fue presentado sobre tablas nuevamente en el año 1925 en las sesiones de prórroga por el Diputado Villada Achával y aprobado, con la oposición del bloque socialista. Las circunstancias fueron particulares por cuanto, cuando se san-

---

<sup>15</sup> Hoy se lo llamaría “militante”.

ciona, ya el demócrata Ramón J. Cárcano había ganado las elecciones a gobernador de Córdoba el 8/03/1925, compitiendo con el radicalismo que había levantado la abstención<sup>16</sup>, y asumiría el 17/05/1925, pero la UCR personalista había obtenido la mayoría en la Cámara de Diputados (25/04/25). Fue la oportunidad en la que los subterfugios legislativos permitieron la aprobación de la Ley N° 3.375<sup>17</sup> que se transformó en un instrumento jurídico importante para el reciente y tercer gobernador demócrata, aunque ya no contaría con la mayoría legislativa. Las circunstancias en que fue presentado el proyecto y el tiempo en que fue aprobada la ley en 1925 llaman la atención. En dos días se consumó todo el trámite legislativo y estuvo casi ausente el debate parlamentario. Mientras diarios como *Los Principios* y *Tribuna*, hacían los elogios correspondientes, *La Voz del Interior* publicó numerosos artículos<sup>18</sup> en su contra alegando fundamentalmente ser una mordaza para la libertad de imprenta. Señalaba que la ley había sido pensada, redactada y sancionada especialmente contra ese diario, contra la prensa “brava”, “por decir crudamente la verdad” por considerar a sus periodistas “vándalos de la tinta”: “Es una ley que se proyectó contra LA VOZ DEL INTERIOR a iniciativa de los clericales y que en vergonzoso maridaje han sancionado liberales de ocasión (...)” (*La Voz del Interior*, 29/04/1925).

---

<sup>16</sup> En estas elecciones el radicalismo concurre dividido (personalistas y antipersonalistas).

<sup>17</sup> Cámara de Diputados de la Provincia de Córdoba. Diario de Sesiones. Abril de 1925.

<sup>18</sup> Sanción de la ley de imprenta (25/04/1925); Chile y Córdoba ante la ley de imprenta (27/04/1925); Nuestro alegato contra la ilegal y estúpida ley de imprenta (29/04/1925); Ley de Imprenta (29/04/1925); Con motivo de la ley de imprenta (29/04/1925); La estupidez de un interrogante (11/05/1925); Las ridiculeces draconianas de la ley de Imprenta (11/05/1925); La ley de imprenta y los sofismas (15/05/1925); Empieza a hacerse efectiva la ley restrictiva de la libertad de imprenta (30/05/1925); La Voz del Interior frente a la ley que restringe la libertad de imprenta (13/06/1925); La ley de imprenta de Córdoba (20/06/1926); Consecuencias de la decantada ley de imprenta (6/07/1926); La ley de imprenta en Córdoba (8/07/1925).

El artículo 5º de la Ley N° 3375 decía:

Constituyen abusos de imprenta o propiamente delitos de imprenta<sup>19</sup>, las imputaciones calumniosas o injuriosas hechas contra los funcionarios o empleados públicos, ya sea directa o colectivamente dirigidas contra las personas que forman las diferentes ramas del poder público, por hechos vinculados en el ejercicio de sus funciones, que no estén o no resulten probadas en juicio.<sup>20</sup>

Para el diario este artículo que tipificaba los delitos de imprenta constituía la más fuerte protección a los actos de funcionarios y empleados públicos a quienes se otorgaba total inmunidad (*La Voz del Interior*, 13/05/1925), sin posibilidad de control a través de la prensa y por tanto lesiva de la libertad de imprenta.

En uno de esos artículos tomado del diario *El Territorio* de Misiones, su autor, Juan B. Brés, decía: “La ley que debió haber sido política por su naturaleza; resultó una ley de partido, que trae por eso todos los vicios característicos del caudillismo. Pero no para acá todo; la ley de imprenta cordobesa es asimismo una guillotina para la oposición.”<sup>21</sup> (*La Voz del Interior*. 26/06/1925).

De hecho, la ley amordazaba las críticas de la oposición a los funcionarios públicos, las que resueltamente eran imposibles de enunciar en cualquier lenguaje. Se trataba de un verdadero privilegio y una prerrogativa hoy inadmisibles.<sup>22</sup>

<sup>19</sup> Desde fines del siglo XIX los “abusos de imprenta” o “delitos de imprenta” se reconocían en el ámbito jurídico como delitos especiales. (Ballester; 1944: 149-175).

<sup>20</sup> La ley de imprenta cordobesa de 1879 también se refería a los funcionarios públicos: Art. 5.- Con arreglo al Art. 42 de la Constitución Provincial, solo es lícito censurar por la prensa y en términos decorosos, a los magistrados y personas públicas, imputándoles faltas o delitos cuyo castigo interese a la sociedad. En este caso se seguirá un juicio ordinario, y si se prueban los hechos denunciados, el acusado será absuelto e indemnizado por el acusador de los gastos del juicio. Art. 8.- La acusación irá acompañada de la publicación que se acuse, y con ella se determinará con precisión, cuáles son las palabras o períodos que se juzgan calumniosos o injuriosos.

<sup>21</sup> El destacado es nuestro.

<sup>22</sup> De igual manera el Código Penal de 1921 incluía el desacato en el artículo 244: “Será reprimido con prisión de quince a seis meses, el que provocare a duelo,

Apenas llegado el radicalismo al gobierno en 1928 su primera medida fue proyectar la reforma de la ley de imprenta<sup>23</sup>, lo que no le sería dificultoso en tanto contaba con mayorías en las Cámaras. En este caso, lo interesante también fueron las formas en que se aprobó la modificación y el debate parlamentario<sup>24</sup> que en realidad concluyó siendo una polémica partidaria: la modificación de la Ley N° 3375 fue presentada por diputados radicales pero no se pudo tratar por no contar con dos tercios de los diputados presentes. De todas maneras, por ser mayoría, la bancada radical logró que se tratara al día siguiente en sesión especial. El diputado que la presentó fundamentó la necesidad de su modificación en dos argumentos: el primero hacía referencia a la premura con que se votó la Ley N° 3.375 en el año 1925 y a la falta de legitimidad de una legislatura en la que no se hallaba presente el Partido Radical. Las circunstancias fueron más o menos semejantes en el año 1925 y 1928: la urgencia para el tratamiento, y esto fue objeto de polémica en las sesiones.

No obstante, lo que resulta significativo, es que la discusión en las sesiones de 1928<sup>25</sup> no estuvo centrada en el privilegio otorgado en el art. 5° de la ley N° 3.375 y al que se refería el diario *La Voz del Interior*, aduciendo que constituía un atropello y un cercenamiento de la libertad de imprenta. Este tema apenas fue mencionado brevemente. El nudo de la cuestión no se encontraba

---

amenazare, injuriare o de cualquier modo en su dignidad o decoro a un funcionario público a causa del ejercicio de sus funciones o al tiempo de practicarlas. La prisión será de un mes a un año, si el ofendido fuere el presidente de la nación, un miembro del congreso, un gobernador de provincia, un ministro nacional o provincial, un miembro de las legislaturas provinciales o un juez.” Sobre la figura del desacato véase Loreti, Damián (2005, Cap. 3) y Loreti, Damián y Luis Lozano (2014, capítulo 4). Esta figura fue derogada en 1993.

<sup>23</sup> Un análisis sobre la discusión parlamentaria y la discusión en la prensa fue presentado por dos integrantes del equipo (Paulina Brunetti y Lucía Astrada en las *IX Jornadas de Historia de Córdoba*. 13 y 14 de octubre de 2017).

<sup>24</sup> Los días 8 y 9 de mayo de 1928.

<sup>25</sup> Cámara de Diputados de la Provincia de Córdoba. *Diario de Sesiones*. Mayo de 1928.

allí y pasarían muchos años hasta que prerrogativas de esta naturaleza fueran desterradas. En el debate parlamentario habido en el año 1928 –con la participación de demócratas y radicales– en el que se propone la reforma de la Ley N° 3.375 da cuenta de otras causas que no se enunciaron en el discurso crítico de *La Voz del Interior*, al menos de manera clara, cuando fue aprobada en el año 1925. El centro del debate fue –aunque no el único<sup>26</sup> la modificación de algunos artículos que se relacionaban directamente con los procesos judiciales, específicamente aquellos que en la ley de 1925 apuntaban muy probablemente contra *La Voz del Interior* y en la reforma de 1928 mudaban también, según decían los demócratas, para favorecer a *La Voz del Interior*, habida cuenta de la cantidad de causas que tenía el diario.

Se trataba de los artículos que se referían a la no acumulación o acumulación de causas: la Ley N° 3.375 postulaba que debían tramitarse en forma separada, aunque se tratara de un mismo acusado, la reforma señalaba que debían acumularse, con lo cual la llegada a juicio podía prolongarse indefinidamente. El artículo 25 que en la Ley N° 3.375 establecía: Nunca se procederá a la acumulación de autos en los procesos, debiendo ellos ser resueltos separadamente, aunque se trate de un mismo acusado. Igual disposición rige para el caso de delitos comunes cometidos por la prensa.

El diputado radical Ángel Cabral aducía que este artículo era contrario a la ley ordinaria y el artículo 25, reformado de la siguiente forma proponía: “Se acumularán los procesos pendientes y serán resueltos en una sola sentencia cuando se trate de imputaciones calumniosas o injuriosas hecha (sic) colectivamente. También procederá a la acumulación de autos para los procesos pendientes hasta llegar el juicio a estado de sentencia”.

No caben dudas que las posturas estaban directamente vincu-

---

<sup>26</sup> Hubo otras modificaciones. Ponemos el foco aquí en lo que apareció en la polémica como lo más significativo por razones de espacio.

ladas con los numerosos procesos con que ya cargaba *La Voz del Interior*, aun cuando las modificaciones fueron más numerosas y sólo destacamos aquella en que la discusión parlamentaria polarizó las posiciones de la bancada demócrata y radical. El conflicto fue claramente partidario: se polemizaba en torno a artículos que se ligaban a la situación del diario radical. En este marco no hubo en la Cámara, como dijimos, ningún argumento que cuestionara el concepto de libertad de imprenta, sin embargo, este fue el tema sobre el que insistían las columnas de *La Voz del Interior*, tampoco el diario radical recurrió a la Justicia en defensa de las ideas que propagaba. Por sus vínculos con el Partido Radical, resulta improbable que no tuviera conocimiento de las particularidades del proyecto de la bancada radical y, por lo tanto, de la ausencia de discusión del artículo 5º vinculado a la libertad de imprenta que, como dijimos, existía desde mucho tiempo antes. ¿Por qué el diario esgrimía ideas que, seguramente, conocía que no serían cuestionadas? Creemos que, si bien la libertad de imprenta podía invocarse basándose en la norma constitucional, no existían en ese momento argumentos en su defensa que no fueran simplemente las ligadas a la tradición clásica. La libertad de imprenta sólo concebida como derivada de la libertad de pensamiento, aseguraba la ausencia de censura previa y requería de leyes provinciales de regulación. No se cuestionaban aspectos que sólo muchos años después comenzarían a debatirse, esto es, se trataba de saberes de creencia (Charaudeau: 2003[1997]: 56-58) del momento que naturalizaban jerarquías y comportamientos y los evaluaban según ese imaginario. La atención en el período analizado estaba puesta en las leyes provinciales de imprenta cuyo fin, admitido sin discusión y evaluado como norma pertinente, constituía la reglamentación de los límites que debían establecerse, como forma de regulación de las prácticas periodísticas.

Esta situación se prolongó por décadas y hacia los años de 1940 se observa una suerte de agotamiento argumentativo en torno a la libertad de expresión; ésta por años quedó atrapada en los vaivenes de la política partidaria o abolida por la censura militar y no por ello no hubo debates o publicaciones; por el contrario, las discusiones se dieron en el congreso nacional o provincial o en la misma prensa, pero quedaron circunscriptos a la letra de la ley que la restringía. En la práctica el panorama se tornaba desolador. Jorge Mayer señalaba en su libro *El derecho público de prensa* (1944) “El derecho de prensa, luego de un dilatado prestigio, atraviesa actualmente una crisis profunda. El ejercicio de este derecho ha sido cercenado en muchos países, en nombre de intereses públicos superiores, y se lo ha atacado violentamente, como fuente de desórdenes sociales. Entre nosotros, por falta de una legislación seria tropieza entre la licencia más absoluta y la servidumbre que le impone casi regularmente el estado de sitio. Por encima de las apariencias la facilidad que tienen los gobernantes para decretar el estado de sitio hace que el derecho de prensa sea puramente ficticio. Ese derecho depende exclusivamente de su benevolencia”. En este marco emergió la discusión de sólo un derecho: el derecho a réplica que lo consignaba el proyecto del senador Sánchez Sorondo de 1934. Las leyes provinciales de San Luis, Santa Fe y La Rioja lo adoptaron, aunque no alcanzó rango constitucional; no obstante, sí está en el art. 14 de la Convención Americana sobre los Derechos Humanos, suscrita en San José de Costa Rica el 22 de noviembre de 1969, en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos. Esta visión sólo alentaba a Mayer a reclamar una justa reglamentación ya que aparecía como el problema más acuciante: “La reglamentación de las actividades de los diarios constituye en la actualidad el problema más importante y más discutido, por la misma trascendencia de la acción” (1944: 408).

En el año 1953 se sancionó la ley de radiodifusión N° 14.241 y en 1980, la ley de radiodifusión N° 22.285, las que no han sido objeto de análisis de esta investigación, pero en cuyo marco no mutaría el paradigma de ideas como al sancionarse la ley 26.522.

### *La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (N° 26.522)*<sup>27</sup>

Esta ley se inserta en un marco en el que las concepciones acerca de la libertad de expresión<sup>28</sup> **sí son progresiva y claramente problematizadas especialmente en los ámbitos académicos y jurídicos donde los debates han sido y continúan siendo enriquecedores, tal como lo hemos señalado anteriormente** (Loreti; 2005, Loreti y Lozano; 2014). En general, se considera que los primeros desarrollos teóricos y jurídicos en torno al concepto de democratización de las comunicaciones se remontan a fines de los años de 1970 y especialmente al denominado *Un solo mundo, voces múltiples*, también conocido como informe Mac Bride, considerado una suerte de texto fundacional. No obstante, ligadas a factores internacionales y regionales igualmente se fueron constituyendo megacorporaciones periodísticas con intereses fuera de la actividad específica. Surge de aquí una tensión en el marco de la comunicación: por un lado, intensos desarrollos teóricos y avances en torno a la libertad de expresión y del derecho a la información que se tornan más imperiosos en la media en que estas megacorporaciones procuran construir una única voz (Becerra y Mastrini; 2009); por otro lado, se observa lo que Ramonet (2011: 11) ha denominado un cambio radical en el “ecosistema mediático”. Asistimos a la constitución de empresas concentradas

<sup>27</sup> Ley 26.562. Disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=161547>

<sup>28</sup> Véase nota n° 4 de este informe.

que actúan en un escenario complejo, el de las industrias informacionales (Becerra y Mastrini; 2009, Carlón y Scolari; 2009, Menéndez; 2009). No obstante, los avances han sido superadores especialmente en el terreno jurídico, a tal punto que en el año 2001 la Corte Suprema de Justicia Argentina sostuvo que “la Convención Americana sobre Derechos Humanos (sr. 13, párrafo 1º) estableció que la comunicación es un derecho natural o pre-normativo, constituido en soporte de los derechos enumerados en las leyes fundamentales de las organizaciones jurídico-políticas de los estados”. (Rodríguez Villafañe; 2015: 24).

Comparando los periodos propuestos en el proyecto, en lo que corresponde a los años 2008-2015 el análisis se centró en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada por el Congreso en el año 2009 y reglamentada por el Decreto 1225/2010. La ley tenía por objeto fomentar la libertad de expresión como bien colectivo y preservar el derecho a la información de todos los individuos; concretamente apuntaba a garantizar los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local, así como el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia para abaratar, democratizar y universalizar el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (art. 1 y art. 45). Esto es, no fue una ley restrictiva de la libertad de expresión aun cuando algunas empresas sí la consideraron negativa en función de sus intereses; aquellos ligados a la desconcentración y fomento de la competencia.

Así se planteó una controversia judicial a partir de una acción interpuesta por un conglomerado de medios. Este es el hecho que consideramos más significativo, incluso que el debate parlamentario, en cuanto llegó a la Corte Suprema de Justicia de la Nación que con fecha 29/10/2013 se expresó en los autos caratulados: “Grupo Clarín SA y otros c/ Poder Ejecutivo Nacional y otros/ acción meramente declarativa”.<sup>29</sup>

<sup>29</sup> (Fallos 336: 1774) Disponible en: <http://sjconsulta.csjn.gov.ar/sjconsulta/>

En efecto, en la referida contienda Grupo Clarín SA, Arte Televisivo Argentino SA, Multicanal SA, Radio Mitre SA y Tele-digital Cable SA, interpusieron una acción meramente declarativa con el objeto de que se declarara la inconstitucionalidad de los arts. 41, 45, 48 –segundo párrafo-, 171 y concordantes de la Ley 26.522 sobre la base de entender que dichos preceptos afectaban, por un lado, la libertad de comercio y el derecho de propiedad y, por otro, la libertad de expresión.

Sobre el primer cuestionamiento, la Corte remarcó que con la sanción de la ley el Congreso reguló las facultades del Estado de autorizar, bajo determinadas condiciones, las transferencias de licencias y al respecto remarcó que las pérdidas de ingreso y rentabilidad constituyen lógicas consecuencias de la deducción de los beneficios de las economías de escala, como resultado ineludible de todo proceso de reestructuración empresarial tendiente a evitar o limitar situaciones de concentración. Ello por cuanto y en palabras de la propia Corte “no debe perderse de vista la función que desempeñan los medios de comunicación en una sociedad democrática.”

Sobre el segundo aspecto, esto es el referido a la afectación del derecho de libertad de expresión postulada por los actores, el alto tribunal realiza un pormenorizado análisis de dicho derecho destacando, entre otras cosas, que “la libertad de expresión es entre las libertades que la Constitución Nacional consagra una de las que posee mayor entidad, al extremo de que sin su debido resguardo existiría tan solo una democracia desmedrada o puramente nominal.” Sobre la base de este argumento y otros del mismo tenor la Corte concluye que en el caso no se encuentra afectado el derecho a la libertad de expresión del Grupo Clarín y, en consecuencia, resuelve que las normas cuestionadas son plenamente constitucionales.<sup>30</sup>

---

documentos/verUnicoDocumentoLink.html?idAnalisis=733051&cache=1522014910431

<sup>30</sup> Vale la pena destacar que el Tribunal antes de fallar decidió oír a las partes en

No obstante, durante todo el período propuesto para esta indagación, la prensa digital cordobesa, especialmente *La Voz del Interior* (ligada desde 1997 al Grupo Clarín<sup>31</sup>), al igual que otros medios del país, no tardaron en dar su opinión editorial de la también llamada Ley de Medios.<sup>32</sup>

El tratamiento periodístico del proceso de sanción de esta ley comenzó en marzo de 2009, luego del discurso de la por entonces Presidenta de la Nación, Dra. Cristina Fernández, con el anuncio del proyecto de ley. Desde ese momento, el tema se posiciona en la agenda periodística y es abordado por *La Voz del Interior* con una clara postura. A medida que el proyecto avanzaba en su camino a convertirse en ley, se puede percibir a través de los titulares, los columnistas convocados y fundamentalmente los editoriales, la postura crítica por parte del diario *La Voz del Interior*. En el caso de *Día a Día*, si bien se percibe una postura en “sintonía” con aquél, la ausencia de notas de opinión no permite identificar con certeza una postura definida.

Por la trascendencia de la ley y sus implicancias el tema permanece -con diferente intensidad- en agenda desde 2009 hasta

---

Audiencia Pública con arreglo a lo dispuesto en la Acordada 30/97 y habilitar la causa a fin de que participaran los Amicus Curiae que contempla la Acordada 7/2013, en ella participaron, acompañando a los demandantes el Observatorio Iberoamericano de la Democracia, la Organización de Asociaciones de Empresas de Televisión Pagada para Iberoamérica, la Asociación Internacional de Radiodifusión, la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas, el Comité del Consumidor y Lucas Sebastián Grossman. Y acompañando a los demandados la Universidad Nacional de Lanús, la Universidad Nacional de San Martín, el Centro de Estudios Legales y Sociales, la Confederación de Cooperativa de la República Argentina y la Asociación Argentina de Juristas, también fueron autorizados a participar la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y el Centro de Estudios en Derecho y Economía perteneciente a la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires.

<sup>31</sup> En 1997, Cimeco adquirió el control accionario de dos de los principales diarios del interior: *Los Andes, de Mendoza* y *La Voz del Interior*, de Córdoba.

<sup>32</sup> Para los antecedentes respecto a las regulaciones desde el año 2001, véase Loreti y Lozano; (2015: 177-194).

2015. Se trata de una larga cobertura que se inicia con el proyecto de ley; pasando por la disputa judicial entre el Gobierno y el Grupo Clarín (el gran co-protagonista junto al gobierno de la disputa); las sentencias de la Corte Suprema de Justicia; el rol de la oposición; el de la AFSCA; los procesos de adecuaciones, hasta llegar en 2015 al cambio de gobierno y las modificaciones por decreto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Cómo se mencionó anteriormente, se observa por parte de *La Voz del Interior* una actitud de fuerte crítica y rechazo a la manera de llevar adelante el proceso de sanción de la Ley de Medios, pero a lo largo de las diferentes notas podemos encontrar que se reiteran, como muchos años antes, términos como: “*Ataque a la libertad de expresión*”, “*Avasallamiento por parte del gobierno*”, “*Falta de diálogo y debate*”, “*Autoritarismo por parte del ejecutivo*”, “*Lesión de la democracia, Presión a la justicia*”, “*Desigualdad ante la ley, Sabotaje y atropello institucional*”, entre otros.

Desde 2009 hasta 2015 se puede identificar claramente una posición en contra de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y a las formas de proceder del gobierno en el proceso de sanción e implementación de la misma. Se considera que atenta contra la libertad de expresión y busca someter a los medios y en particular a un grupo económico, el Grupo Clarín. A partir de 2012, se observa que muchas de las notas referidas a la Ley de Medios son para comunicar o poner de manifiesto las acciones del Grupo Clarín en pos de defender sus intereses. También expresa su férrea oposición al “manejo político” de la ley por parte del gobierno de Cristina Fernández. Por último, encontramos que el diario cordobés también se aboca a difundir y poner en agenda las posturas críticas de organismos nacionales e internaciones vinculados al periodismo y la prensa. En reiteradas ocasiones se manifiesta la postura de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y la Asociación de Entidades Periodísticas de Argentina (ADEPA).

Es también a través de los títulos donde se puede percibir la postura del diario *La Voz del Interior* con respecto a la Ley de

Medios. Desde la manera de referirse a ella como “Ley K” o “Ley Klarín”, hasta la utilización de titulares explícitos como: “Autoritarismo, en nombre de la democracia”, “Patrullaje ideológico” y “Contra la república”, lo que nos ha permitido identificar la clara postura del diario cordobés.

Por último, es importante destacar que de acuerdo a lo relevado que, siguiendo la línea editorial mencionada anteriormente, identificamos una clara postura en contra de la Ley de Medios y sus implicancias para las empresas periodísticas. Igualmente es notable la crítica al proceso de debate y sanción de la ley. Además de los periodistas del diario, el director periodístico de *La Voz del Interior* (Carlos Jornet) habilitó espacio a diferentes actores de la controversia política, principalmente diputados y senadores de la oposición, quienes dejan de manifiesto su postura crítica ante la manera de llevar adelante el proceso de sanción e implementación de la nueva ley. Para finalizar se considera sumamente importante destacar que no se relevaron artículos de opinión en *La Voz del Interior* donde se expresaran voces a favor de la ley, esto es, no se convocó a quienes tenían una postura diferente.

Como conclusión y ante lo expuesto, se puede considerar que se pone de manifiesto la clara postura crítica del diario *La Voz del Interior* ante el proceso de sanción e implementación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, hecho que consecuentemente señala una posición política marcada ante la opinión pública y ante los lectores del diario.

## **Reflexiones finales sobre el diario como actor político**

Esta investigación ha procurado aportar una mirada sobre el tratamiento de determinadas temáticas, por parte de dos diarios de Córdoba, en el marco del proyecto de investigación que posicionó al periódico como actor político y planteó la continuidad de su actuación como tal, más allá de las importantes diferen-

cias de época y posturas teóricas en torno a la libertad de expresión que, según hemos planteado, fueron abismales. En ambos casos asistimos en los diarios que se oponen a las regulaciones, a lo que Charaudeau y Maingueneau (2005 [2002]: 398) denominan “momentos discursivos”, esto es el surgimiento en ambos -especialmente en las etapas del tratamiento de las leyes- de una producción discursiva intensa y diversificada respecto de un mismo acontecimiento. Pero el diario que se opone a ellas se centra principalmente, en los dos períodos, en el concepto de libertad de expresión aun cuando no existe demasiada explicación al respecto. Se puede inferir que la discursividad periodística sólo la invoca enfáticamente basándose en el art. 14 de la Constitución Nacional. No obstante, existe una diferencia: mientras en el primer período no hubo ninguna presentación ante la Justicia y sólo se esperó a la modificación de la ley, sí ocurrió en el segundo, pero invocando “la libertad de comercio y el derecho de propiedad y, por otro, la libertad de expresión”. El fallo de la Corte que hemos descripto es el que desarrolla ampliamente la noción de libertad de expresión, lo que merecería una indagación exclusiva.

Los avances realizados en materia de derechos como el de la libertad de expresión desde aproximadamente 1970 han sido muy significativos y acrecientan un camino para el ejercicio de ese pleno derecho; no obstante, el accionar de la prensa parece plantear una continuidad en tanto actor político en su discursividad diaria, esto es en tanto actor que se involucra en temáticas relativas a sus propios intereses. Esto probablemente tenga, en parte, una explicación histórica. En efecto, la separación de periodismo y poder como parámetro de libertad de expresión requiere cautelas en Hispanoamérica, en tanto los medios han estado muy vinculados a los poderes políticos y económicos, esto es, han sido, desde el siglo XIX, actores políticos primordiales. La prensa en la región nació política y ligada a sectores, facciones o partidos: Esta matriz histórica contribuye a explicar –dice Fernando Ruiz– que

“los medios de América Latina tengan un activismo más explícitamente partisano que el que pueden tener los medios en Estados Unidos” (2010: 20). Tan fuertes fueron en oportunidades los enfrentamientos partidarios que los mismos militantes que, al menos, en las primeras décadas del siglo XX, aquellos que circunstancialmente se encontraban en un momento en la oposición enaltecían la libertad de prensa y cuando llegaban al gobierno se sentían especialmente molestos. Otras miradas, más referidas a la actualidad, consideran que el clásico paradigma de la libertad de prensa –equiparada a libertad de empresa– es lo que lleva a oponerse a toda intervención estatal asimilándola “a totalitarismos propios del bloque socialista, en un mundo atravesado por la división Este-Oeste” (Loreti y Lozano; 2014: 16).

Cabe añadir en esta reflexión final -por cuanto igualmente estaba previsto como eje transversal aun cuando la falta de tiempo sólo permitió tratarla en parte- que la prensa también tuvo siempre un grupo cambiante de principios éticos (Smith; 1983: 200), que se ligaron, directa o indirectamente, a la libertad de expresión. Así la locución “periodismo independiente” la esgrimen hoy los medios que se reclaman a sí mismos como tales, mientras que las nociones de “imparcialidad” y “objetividad” ya desde hace tiempo vienen siendo fuertemente cuestionadas. De esto dan prueba un sinnúmero de artículos, libros, capítulos de libros imposibles de consignar aquí por su elevado número pero que circulan ampliamente en el territorio de ensayos e investigaciones. Aun cuando intentamos detenernos en estas nociones, el tiempo sólo nos permitió una indagación<sup>33</sup> que nos permitiera esclarecer el sentido

---

<sup>33</sup> Dada la oscuridad conceptual que revisten estos conceptos, se realizó una indagación a fin de determinar, sino el origen, al menos sí los momentos en que las nociones de independencia y objetividad aparecieron tematizadas en la prensa cordobesa. El resultado fue publicado en el año 2017. Brunetti, Paulina: “Independencia, imparcialidad y objetividad en la prensa regional (1900-1926)”. En *Improntas de la historia y la comunicación*. Disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/improntas/article/view/4450>

que se le ha dado a estos términos en diferentes etapas históricas. Lo hicimos a partir de la premisa de Martín-Barbero (1991: 12), según la cual “Hacer la historia de los procesos implica hacer la historia de las categorías con que los analizamos y de las palabras con que los nombramos (...), hay conceptos cargados en tal modo de opacidad y ambigüedad que sólo su puesta en historia puede permitirnos saber de qué estamos hablando más allá de lo que creemos estar diciendo”. De todos modos, independencia, imparcialidad y objetividad parecen fundirse en los escritos sobre ética periodística o se propone, generalmente, uno como consecuencia del otro: así se habla de la imparcialidad y objetividad a que está obligado todo periódico independiente.

En los dos períodos propuestos se habló de prensa independiente, de objetividad e imparcialidad y también de prensa “de combate” o “militante”, como en la segunda etapa propuesta para el análisis, aun cuando no siempre fueron clarificadas estas nociones. Más bien se exhibieron como atributos. En un caso (la prensa independiente) evitó sincerar su pertenencia partidaria o sectorial, mientras que en el otro (prensa militante) se inscribió claramente en una línea utilizando un lenguaje que en muchos casos se tornó agresivo.

## **Informe del Director**

A partir de todo lo trabajado se logran rescatar las principales fortalezas del proyecto.

La gran innovación y originalidad en tratar sobre la temática, relacionando dos períodos tan distantes, como el de 1925-1932 y 2008-2015, signados por una gran diversidad de condiciones de producción y de acceso a la información.

La principal dificultad encontrada en la ejecución del plan de trabajo propuesto en la presente convocatoria, fue la de no poder seguir estrictamente el cronograma de trabajo previsto en el pro-

yecto, el que en un principio era de dos años, pero que, entre la fecha en que fue aprobado por la comisión y la de presentación del informe final hubo solo dieciocho meses. Este aspecto es muy importante, ya que a pesar de haber acordado tiempos y reuniones con el equipo de manera regular y constante en el transcurso del tiempo real en que se llevaron a cabo las actividades, faltó mayor tiempo para un desarrollo de otras temáticas que el equipo hubiera querido desarrollar. Por ello, se tomaron algunas decisiones que hicieron un recorte.

Asimismo, otro de los aspectos externos que también dificultó la ejecución del proyecto fue la falta de algunos diarios en formato papel del primer periodo en que se basó la investigación, esto hizo que los integrantes tuvieran que recorrer varios archivos y no poder encontrar la información necesaria en un solo lugar acortando también su tiempo.

Para finalizar, otro aspecto externo que también hizo que se dificultara parte de los objetivos propuestos en el proyecto fue la desaparición del diario *La Mañana de Córdoba* de manera casi repentina junto con su archivo digital, reservorio informativo en el que se iba a trabajar conjuntamente con el archivo de *La Voz del Interior* y *Día a Día* para relevar el segundo lapso temporal de la investigación.

## Referencias

- ABRIL, Gonzalo (1999). "Análisis semiótico del discurso"; en DELGADO, Juan Manuel y GUTIÉRREZ, Juan (Coord.). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Síntesis. Madrid. (Tercera reimpresión).
- BALLESTER, Eliel (1947). *Derecho de prensa. Ensayo sistemático sobre la libertad de imprenta*. El Ateneo. Buenos Aires.
- BECERRA, Martín y MASTRINI, Guillermo (2009). *Los dueños de la palabra*. Prometeo/Instituto Prensa y Sociedad. Quito.

- BOCZKOWSKI, Pablo. (2009). *Digitalizar las noticias*. Buenos Aires. Ediciones Manantial.
- BORRAT, Héctor (1989). *El periódico, actor político*. Gustavo Gili. Barcelona.
- \_\_\_\_\_ (2006). “Los periódicos, narradores en interacción” en DE FONTCUBERTA, Mar y BORRAT, Héctor (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción* (2006). La Crujía. Buenos Aires.
- BRUNETTI, Paulina (2017). “Independencia, imparcialidad y objetividad en la prensa regional (1900-1926)”, en *Improntas de la historia y la comunicación*. Disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/improntas/article/view/4450>
- CARLÓN, Mario y SCOLARI, Carlos (Ed.) (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía. Buenos Aires.
- Código Penal de la Nación Argentina*. Sancionado el 30 de setiembre de 1921 y promulgado el 20 de octubre de 1921. J. Lajouane & Cia. 1938. Buenos Aires.
- Compilación de leyes, decretos, acuerdos de la Excelentísima Cámara de Justicia y demás disposiciones de carácter público dictadas en la Provincia de Córdoba desde 1810 a 1870*. Córdoba. Imprenta del Estado. 1870.
- CHAMPAGNE, Patrick (1998). “La doble dependencia. Algunas observaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y periodístico”, en GAUTHIER, Gilles, GOSELLIN, André y MOUCHON, Jean (ed.). *Comunicación y política*. Gedisa. Barcelona.
- CHARAUDEAU, Patrick (2003 [1997]). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Gedisa. Barcelona.
- CHARAUDEAU, Patrick y MAINGUENEAU, Dominique (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Amorrortu. Buenos Aires.
- DÍAZ NOCI, Javier y MESO AYERDI, Koldo (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao. Universidad del País Vasco.
- GUTIÉRREZ (Coord.). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Síntesis. Madrid. (Tercera reimpresión).
- LANZARO, Jorge (2002). “Cultura política”, en ALTAMIRANO, Carlos (Dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós. Buenos Aires.
- LORETI, Damián: (2005). *América Latina y la libertad de Expresión* Norma. Bogotá.
- LORETI, Damián y Luis LOZANO (2014). *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Siglo Veintiuno. Buenos Aires.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1991). *De los medios a las mediaciones*.

- Gustavo Gili. México. (Segunda edición).
- MENÉNDEZ, María Cristina (2009). *Política y medios en la era de la información*. La Crujía. Buenos Aires.
- MEYER, Jorge (1944). *El derecho público de prensa*. Imprenta de la Universidad. Buenos Aires.
- QUEVEDO, Luis Alberto (2005). “Los fines de los medios”, en AMADO SUÁREZ, Adriana (ed.): *¿Se puede saber lo que pasa?* Norma. Buenos Aires.
- Ramonet, Ignacio. (2011). *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Madrid. Capital Intelectual.
- RUIZ, Fernando J. (2014). *Guerras mediáticas. Las grandes batallas periodísticas desde la Revolución de Mayo hasta la actualidad*. Sudamericana. Buenos Aires.
- RODRÍGUEZ VILLAFANE, Miguel Julio (2015). *Libertad de expresión y periodismo en el siglo XXI. Derechos, garantías, responsabilidades y secreto profesional periodístico*. Editorial Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.
- SMITH, Anthony (1983). *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- VERÓN, Eliseo (1984): “Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política”, en VERÓN, Eliseo et al. (1984): *Lenguaje y comunicación social*. Nueva Visión. Buenos Aires.
- \_\_\_\_\_ (1987). *La semiosis social*. Gedisa. Buenos Aires.
- \_\_\_\_\_ (2005 [1988]). “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: Producción, recepción, regulación”, en VERÓN Eliseo: *Fragmentos de un tejido* Gedisa. Barcelona.
- VIDAL, Gardenia (1995). *Radicalismo de Córdoba 1912-1930. Los grupos internos: alianzas, conflictos, ideas, actores*. Dirección General de Publicaciones. UNC. Córdoba.

## Capítulo 2.

### Proyecto e Informe final

---

#### La prensa gráfica de Córdoba en la década de 1960

#### -Cómo se representaron los golpes de Estado y El Cordobazo en los diarios locales-

Resolución Secyt-UNC de presentación: 313/2016

Resolución de aprobación de informes académicos: 116/2018

**Directora: Dra. Renee Isabel Mengo**

#### **Integrantes**

Pedro Giordano

Mateo González Zugasti

Maisa Belén Jobani

Micaela Jonsson

Inés Mathe

Florencia Pietrantuono

María Belén Rolón

---

## **La prensa gráfica de Córdoba en la década de 1960**

### **-Cómo se representaron los golpes de Estado y El Cordobazo en los diarios locales-**

---

## **PROYECTO**

### **Introducción**

El período en el que se centra la investigación, en pleno desarrollo de la “Guerra Fría”, fue testigo de la constante inestabilidad política que vivió nuestro país y a su vez, toda Latinoamérica. Lo que acontecía en la región se replicó en cada Nación denotando la crisis económica, política y social. A consecuencia de ésta, el Presidente Constitucional Arturo Frondizi fue derrocado en el año 1962 de la misma manera que el Presidente Arturo Illia en 1966. Ambos fueron destituidos de su poder con sus respectivos gobernadores. Además –y no menos importante- al cierre de la década el estallido de la protesta reconocida como “El Cordobazo” en 1969 caracterizó la época como un estado generalizado de convulsión política y social.

Es por ello que analizar la interrupción constitucional exige un esfuerzo para dimensionar, en el contexto de los sesenta, el porqué de las conspiraciones y la participación planificada de ciertos medios de comunicación social de la prensa.

Volver la mirada sobre los dos golpes de Estado de 1962 y 1966 y El Cordobazo en base a la prensa local de Córdoba, tomando como corpus de análisis los titulares de esos acontecimientos, permite reflexionar sobre la combinación de factores que desestabilizaron el curso político del país y de la provincia, y que impactó sobre la violencia de la siguiente década.

El trabajo directo en las hemerotecas y archivos, permite recuperar el valor de los mismos como fuentes de los trascendentes momentos histórico-sociales que fueron cubiertos a través de los medios gráficos locales, algunos inexistentes al presente, por lo que se han vuelto testigos de los avatares políticos de la época.

Se analiza la modalidad de la comunicación en ese contexto desde las titulaciones para contribuir con un nuevo material al alcance de quienes estudian estos procesos sociales.

En base a lo anterior, se establece como problema de investigación el siguiente interrogante: ¿Cuál fue el rol de la prensa de Córdoba en relación a los golpes de Estado comprendidos en la década de 1960 y durante El Cordobazo a través de los titulares en tres periódicos locales?

En los años que siguieron al segundo conflicto mundial, los países de América Latina conocieron regímenes populistas, dictaduras, golpes de Estado y represiones en nombre de las ideologías dentro del contexto de la “Guerra Fría”. La tensión generada por presiones y los impulsos de autonomía generalizados favorecieron el desarrollo de gobiernos con características nuevas: un amplio consenso de base y una política exterior tendiente a desvincularse de la tutela estadounidense, más aún luego de la Revolución Cubana, a lo que las fuerzas armadas argentinas, por presiones, adhirieron a “la doctrina de las fronteras ideológicas”.

El nuevo concepto de frontera legitimaba la intervención militar para destruir al “enemigo interno”, infiltrado en los sindicatos, las universidades, los partidos políticos, el arte y la cultura. Esta prédica entroncaba con las demandas de disciplinamiento social exigidas por el gran capital nacional y extranjero.

Revisitando la época, el historiador y sociólogo francés Alain Rouquié (1982) considera que, a lo largo de los últimos setenta años de vida nacional, los quiebres al orden institucional han contado con la opinión complaciente de gran parte de la sociedad civil. La posibilidad de deponer al gobierno sin derramar sangre,

mediante la Asamblea Legislativa, la Corte Suprema de Justicia, o un llamado anticipado a elecciones nacionales no se ha considerado con la suficiente madurez cívica. Los civiles, en este programa de sepultar el modelo de consensos, de libre elección de autoridades de gobierno, fueron visibles en la integración de los sucesivos gabinetes del oscuro general que ocupó el cargo de presidente de la Nación, por la autoproclamada “Revolución Argentina”. Una dictadura por tiempo indeterminado, como señala Tulio Halperín Donghi (1994) en *La larga agonía de la Argentina peronista*. Con respecto al Cordobazo, autores como James Brennan (1994) en *El Cordobazo. Las Guerras obreras en Córdoba 1955-1976* y otros documentos del acontecimiento.

Las rupturas al orden institucional, por conducto de los golpes de Estado en la Argentina de la década de los años ‘60 fueron prologadas por visibles intervenciones de los medios de comunicación social. Lo que se propone la investigación es mostrar que, en cada uno de esos sucesos, comienza una marcada intervención comunicativa. El análisis político-comunicativo de esas destituciones y protesta social, revela aspectos que fueron, en la década de 1960, novedosos en materia de operaciones mediáticas destinadas a alterar el estado de derecho e instalar dictaduras. Desde un punto de vista estrictamente periodístico se considerarán autores como Raúl Clauso (2007) en *Cómo se construyen las noticias* y a Stella Martini y Lila Luchessi (2004) en *Los que hacen la noticia. Periodismo informativo y poder*.

Se inició entonces una nueva era dentro del periodismo argentino. En un marco político denominado “golpe de Estado permanente” y, con un contexto internacional propicio, la caída de los presidentes y los respectivos gobernadores, tuvo su resonancia mayor en la utilización de medios impresos con fuerte llegada a sectores medios de la sociedad nacional. Al respecto se considera en palabras de Bourdieu, como “poseedores de un fuerte capital simbólico (...) conocidos y reconocidos” (Bourdieu, P; 1988:

138), los diarios ejercen su rol al interior del campo periodístico, en el que la apuesta discursiva remite a su capital simbólico y, por lo tanto, a la posición de éstos en el espacio social. Retomando lo que el sociólogo decía acerca de la posición dominante del campo político, decimos que la enunciación propia de los discursos periodísticos se basa homológamente en la búsqueda de nominaciones acerca de los fenómenos políticos que, a través de la violencia simbólica, pugnan por volverse hegemónicos.

Este nuevo aspecto de los Medios de Comunicación incluyó tanto a la prensa nacional, provincial, como también a las revistas de análisis político de la época, es lo que expone Juan Carlos Bergonzi (2006) en *Comunicación y golpes de Estado: la autocracia al poder*. Para ilustrar la inestabilidad de los gobiernos constitucionales, la oposición operaba por medio de la prensa desde la que se pregonaba que los partidos y el Congreso eran estructuras caducas e ineficientes en una época signada por el dinamismo, la técnica, el marketing y los ejecutivos jóvenes y exitosos. La prensa nacional y extranjera colaboró en la campaña de desprestigio que se inició contra los gobiernos constitucionales. A este análisis se le agrega el clásico libro *Historia y poder de la prensa* (Raúl Sohr; 1998). Todo ello luego se aplicará en el análisis de los titulares de la prensa local cordobesa.

## **Objetivos**

### ***General:***

Analizar los titulares de la prensa de Córdoba en el marco de la década de 1960 durante el golpe de Estado de 1962, el de 1966 y El Cordobazo de 1969.

### ***Específicos:***

- Relevar los titulares de la prensa local de los diarios: “Los Principios”, “La Voz del Interior” y “Córdoba” durante los acontecimientos a investigar.
- Analizar aspectos propios del género periodístico gráfico en cada titular seleccionado.
- Comparar los titulares relevados del corpus seleccionado.
- Reflexionar de modo crítico acerca del rol que protagonizó la prensa de Córdoba durante los períodos citados.

### **Materiales y método**

Se revisará la bibliografía general de contexto y específica para el tema sobre titulación y noticias en la prensa y para el análisis de caso se relevará el material hemerográfico local tomando catorce días antes de los respectivos derrocamientos y catorce días posteriores al mismo, poniendo énfasis en las titulaciones, es decir, a qué hacían referencia las mismas, no al contenido de las distintas notas por lo que la metodología será exploratoria, descriptiva y comparativa.

Desde el enfoque cualitativo, se empleará la observación y el relevamiento documental (hemerotecas) para analizar primero y luego describir la complejidad de los hechos y sus interacciones (Marshall and Rossman; 2006).

A continuación, se confeccionará una grilla de autoría propia del equipo en la cual se registrará el material relevado para hacer los distintos análisis en cuanto a las siguientes variables: clases y tipos de títulos (informativos, indicativos, explicativos entre otros), datos e información concretos sobre el tema, giros gramaticales que se pueden considerar opiniones, interpretaciones o especulaciones del autor de la nota, características del título (personas que aparecen, verbos que se usan), fuentes de información utilizadas (personas, instituciones, documentos), aspectos e informaciones

más jerarquizadas, tono y enfoque general de la nota (a quién/es atacan o cuestionan, a quién/es defienden; etc.).

Primero el análisis será sobre cada diario y por acontecimiento para luego realizar la comparación entre los tres periódicos y establecer las correspondientes conclusiones.

## **Importancia del proyecto e impacto**

El proyecto busca analizar cuál fue el rol de la prensa de Córdoba en relación a los golpes de Estado comprendidos en la década de 1960 y durante El Cordobazo a través de los titulares de los diarios. De este modo se vinculará la Comunicación y el accionar político de ese momento histórico en los tres casos citados de esa década.

La importancia de la presente investigación residiría en realizar un aporte a los estudios de Comunicación desde el punto de vista de la actuación de los medios locales en esos episodios que, si bien están investigados, no tienen hasta la actualidad un estudio realizado desde la perspectiva de la prensa gráfica. Se aspira a contribuir con este relevamiento de las titulaciones y su análisis, como material de estudio en el campo Comunicacional y de las Ciencias Sociales, aportando un abordaje teórico y práctico para diversas aplicaciones académicas y futuras investigaciones.

## **INFORME FINAL**

La presente investigación se llevó a cabo con los objetivos de analizar, comparar e interpretar el rol de la prensa de Córdoba en relación a los golpes de Estado comprendidos en la década de 1960 y durante El Cordobazo. El estudio se realizó a través del análisis de los titulares en tres periódicos locales. Los diarios relevados fueron: “La Voz del Interior”, “Los Principios” y “Córdoba”, este último el único con edición vespertina.

A partir de esto, se relevaron las piezas gráficas de los periódicos que cubrieron hechos históricos y críticos como el derrocamiento en el año 1962 del entonces Presidente Constitucional Arturo Frondizi. También, se analizaron los elementos titulares de la prensa que cronicaron la caída del Presidente Arturo Illia en 1966 y, por último, se indagaron los titulares utilizados para informar sobre el estallido de la protesta reconocida como “El Cordobazo” en 1969, que caracterizó la época como un estado generalizado de convulsión política y social uniendo en el reclamo a obreros y a estudiantes universitarios.

Toda la información recabada fue volcada a un soporte material en forma de grillas con el fin de organizar la información para su posterior análisis y comparación. Esta herramienta fue confeccionada por el grupo autor de este proyecto y contó con indicadores tales como los elementos de titulación involucrados, el tamaño y el estilo de la letra, la ubicación del titular, los actores y los hechos a los cuales se les brindó más atención; factores que luego fueron puestos bajo nuestra propia mirada investigativa reflexionando acerca de las líneas editoriales de cada diario en un período en el cual no estaban explícitas y no existían los manuales de estilo en los periódicos locales de la época relevada.

## **Marco metodológico**

La metodología para la consecución de los objetivos planteados en este trabajo es de tipo cualitativa, bajo el paradigma exploratorio-interpretativo. Se ha elegido este modo de abordaje del objeto de estudio porque posee los *atributos* de la *abstracción* (Vieytes; 2004) que involucra a la creatividad al momento de pensar e idear titulares para la noticia en la prensa de la época, poniendo en relación los diferentes elementos de comunicación visual para componer la información de acuerdo a la orientación ideológica/editorial de cada uno de los diarios cordobeses rele-

vados. Además, este abordaje metodológico contempla la *complejidad* que se presenta en un ambiente de imprevisibilidad, de desequilibrio y de transformaciones súbitas como lo fueron los contextos de los hechos históricos críticos de los golpes de Estado de los años 62 y 66 y del Cordobazo en 1969. Esto ocurre porque los objetos de estudio muy abstractos son vividos, pensados, recreados o representados por los sujetos desde su propia perspectiva (Martínez; 1999).

En primera instancia se relevaron elementos de titulación de los tres diarios locales durante los hechos históricos mencionados, luego se clasificaron los titulares según las categorías que propone (Barabani; 2015) para, de ese modo, comparar el tipo de titulación de los tres diarios. Por último, se interpretó la composición de los titulares que cada medio gráfico realizó arribando a una aproximación de la relación simbólica que se avizora a través de la utilización de los elementos de titulación en las noticias de los tres acontecimientos políticos. Asimismo, durante el proceso de exploración se llevaron a cabo entrevistas a informantes claves (periodistas gráficos que trabajaron en dos de los diarios de esa época), quienes aportaron datos precisos sobre el trabajo en redacción y el criterio de titulación durante el período en el que la prensa utilizaba la técnica del linotipo.

## **Contexto de la década**

El continente latinoamericano vivió en la segunda mitad del siglo XX, en sintonía con el Orden Mundial del momento, los efectos de la Guerra Fría aplicada en la región según los intereses de uno de los hegemones como era los Estados Unidos de Norteamérica.

Los países del continente, débiles en sus democracias, dudaban ante el dilema de capitalismo/socialismo. De allí que los gobiernos y en especial en la década de 1960, tras el triunfo de la

Revolución Cubana, quedaron más expuestos a los controles para que no se volviera a repetir, dentro del continente, otra revolución del mismo signo. La forma de controlar fue a través de golpes de Estado, que no dudaron en analizar si la interrupción de la constitucionalidad traería graves consecuencias institucionales en la vida de los mismos.

En relación al período en el que se ha desarrollado la investigación a través de los titulares de los periódicos de Córdoba de entonces, en el país y por ende en cada una de las provincias, se llevó a cabo dos golpes de Estado a dos presidentes constitucionales: Arturo Frondizi en 1962 y a Arturo U. Illia en 1966. Fue dentro del gobierno de facto que allí comenzó (Revolución Argentina, encabezada por el Gral. Juan Carlos Onganía), cuando se desarrolló un modelo liberal de economía bajo el pretexto de modernización. En la ciudad de Córdoba, uno de los polos industriales del país de entonces, con un sector obrero muy consolidado y por otra parte con el estudiantado universitario comprometido y próximo a los obreros, se llevó a cabo la protesta obrero-estudiantil en contra del modelo de Onganía. La magnitud de la marcha desde la periferia al centro de la ciudad, desbordó al orden político y constituyó el declive de aquel proyecto, aunque el periodo de gobierno de facto se prolongó hasta 1973.

En relación a lo anterior, las provincias también fueron impactadas por la inestabilidad, ya que todas fueron intervenidas por los distintos gobiernos de facto a nivel nacional. En el caso de Córdoba, el gobernador constitucional que acompañó al modelo nacional desarrollista, fue el de Dr. Arturo Zanichelli (1958-60), para quien el “desarrollo energético”, fue la base de su gestión; presiones políticas y militares llevaron a la intervención federal de la provincia en junio de 1960, iniciándose la lista de interventores que solo respondían al gobierno central.

La recuperación de la constitucionalidad se dio en 1963, cuando fue electo gobernador Justo Páez Molina, por la U.C.R.P. al igual que la línea nacional. Formado en la política austera, con

empeño de la palabra, el compromiso ciudadano, fue depuesto en el golpe de 1966, nuevamente dando lugar a las intervenciones federales, por lo que en la década hubo más gobiernos de facto que de orden constitucional.

Como característica de la década y por el protagonismo del sector militar, la Iglesia y la clase conservadora, se trató de que el peronismo no retornara al poder, lo que se ha podido comprobar en todo el análisis de los medios gráficos de entonces. No obstante, un cambio social se manifestó con mayor evidencia en la segunda parte de la década. La clase media, integrada por diversos colectivos (comerciantes, obreros, estudiantes) aspiraban a un crecimiento sostenido con mejor trabajo, a través de la educación y con protagonismo social. En esas circunstancias, fue cuando se llevó a cabo “El Cordobazo” de 1969, en donde los actores involucrados, en pleno ascenso social, se opusieron a las medidas liberales de un gobierno conservador que aspiraba a limitar parte de los derechos conquistados.

Así se cerró una década de inestabilidad política, económica y social que se proyectó en igual sentido a lo que vendría posteriormente.

## **Marco teórico**

Para los objetivos de este trabajo de investigación, se han considerado a autores que problematizan el campo periodístico desde diferentes ángulos para entender lo que, en el periodo en cuestión, estaba en disputa dentro del ambiente político y mediático.

El primer aporte que se tuvo en cuenta es el de Julia De Diego (2011) quien, a partir de una reflexión sobre ciertos aportes de Pierre Bourdieu, sostiene que los diferentes medios emplearán diferentes formas de mencionar la realidad y distintas expresiones que tienen como objetivo volverse hegemónicas, es decir, que buscan ser la teoría masivamente aceptada como universal.

El investigador Juan Carlos Bergonzi (2006) en su artículo “Comunicación y golpes de Estado: la autocracia al poder” hace un análisis político-comunicativo sobre el derrocamiento del presidente Arturo Illia en junio de 1966; sosteniendo que la campaña en contra del ex presidente se inició con la inauguración de la revista semanal, vocera del grupo militar que le dio origen. Bergonzi da cuenta que los medios masivos de comunicación constituyen un importante factor político a la hora de entender una arista más de los golpes de Estado de nuestro país.

Desde otra perspectiva, Vasilachis de Gialdino (2015) analiza bajo qué categorías relevantes se describen los conflictos sociales en la prensa, debido a que *“la inclusión en una determinada categoría supone adjudicarle los rasgos de ésta y privarlo de las características de otras categorías posibles”* (Antaki y Widdicombe; 1998: 2).

Otro factor que se tuvo en cuenta son los análisis realizados por Héctor Borrat (2006) que coloca a la empresa periodística como un actor fundamental, grupo de interés y agente de socialización dentro de la contienda política. Esta concepción es pertinente dentro de este proyecto de investigación para analizar el rol activo de la prensa gráfica dentro de la reconfiguración del panorama político de la década del 60.

Además, adjuntando a los enfoques cualitativos que se ha destacado más arriba, se tuvo en cuenta la presentación gráfica de las noticias, como una propuesta cuantitativa y técnica. Lo cual parte desde la hipótesis central de que el aspecto visual de cualquier medio impreso se encuentra sujeto a la línea editorial del mismo y, también, es el primer elemento al que acceden los lectores de un diario (Clauso; 2007: 15). Los periodistas utilizan estos elementos de manera asociada a la importancia de la nota que se pretende otorgar en el contexto de la página (Clauso; 2007: 26).

Para esto se hizo foco en los aportes de Eladio Barbarini (2009), en lo que respecta a los titulares, ya que el autor sostiene que el propósito del título es doble: provocar la consideración ha-

cia la información y ofrecerla en la forma más completa posible. Y en concordancia con esto y con objetivos de la investigación, se consideró su clasificación de titulares en la cual se pueden diferenciar dieciocho tipos de títulos según su contenido y valor conceptual, lo cual permite una mirada amplia y a la vez específica de las características de cada uno.

## **Golpe de Estado de 1962**

El 29 de marzo de 1962, once días después de las elecciones legislativas nacionales, el presidente Arturo Frondizi fue derrocado de su cargo por los militares. Los periódicos tomados en cuenta en esta investigación supieron hacerse eco de lo sucedido desde diferentes perspectivas. Puntos de vista que procuramos destacar durante todo el trabajo.

Es así que el diario *Los Principios* se puede caracterizar por la relevancia que le otorgaba a los acontecimientos de orden mundial, mientras que, en lo que respecta al ámbito nacional argentino antes de la destitución, destacaba la línea política del gobierno nacional, reconociéndola como desarrollismo. De esto se puede dar cuenta si se hace foco en la publicidad oficial, fotografías y noticias sobre obras de este tipo. Algunos ejemplos de ello pueden ser los titulares como “Ahora tenemos acero”, dato que resalta el trabajo estatal a través de un titular informativo, con cierta sugestión connotativa (Barabani; 2009).

En relación a los actores políticos del momento, concede a las FF.AA. un rol preponderante y protagónico. Esta atribución se ejemplifica en el caso de las elecciones legislativas, donde a través de un titular textual e informativo (Barbarini; 2009) el 19 de marzo de 1962, el periódico sostiene que: “El gabinete militar estudia la nueva situación”.

Otro actor destacado por el diario en afinidad a su ideología fue la Iglesia católica, un sector de la población de importante

peso. Tanto fue así que, al derroscarse al gobierno, la máxima autoridad de esta institución respaldó inmediatamente al gobierno de facto.

Además, es interesante resaltar como, consumado el golpe, el diario siguió con su rutina de noticias.

En contraposición a las publicaciones del diario *Los Principios*, *La Voz del Interior* invisibiliza el papel de la Iglesia y, afín con el partido radical (UCR), siempre optó por una postura liberal desde lo político.

La propuesta de este diario tiene que ver con un desarrollo minucioso de la secuencia que lleva al golpe de Estado y, consumado este todos los procesos que condujo a la destitución del entonces presidente. Esto puede notarse a través de los distintos titulares que tuvieron lugar en ese momento. Por ejemplo, el 21 de marzo, un titular sensacionalista (Barabani; 2009) abordaba el hecho de la siguiente manera: “Escenario de una nueva jornada dramática fue la casa rosada”.

Mientras que el 29 del mismo mes, cuando se da a conocer la noticia de que asumiría el poder militar, se menciona en un titular potencial (Barabani; 2009) la intención de que el poder ejecutivo estaría a cargo de “una junta militar encabezada por un civil”.

Al igual que en el caso de *Los Principios*, producida la destitución, el diario siguió su rutina informativa.

En una línea similar a *La Voz del Interior*, el periódico vespertino *Córdoba* intentó dar cuenta de la situación nacional reproduciendo textualmente los mensajes, discursos y cartas de los distintos actores del momento, citando directamente a los disertantes.

Así se evidencia en una noticia del 22 de marzo que, a través de una cita textual, subraya “Solemne juramento hizo el comandante en jefe del ejército de no permitir el retorno de la ‘oscura tiranía’ y de los que hoy comulgan con sus vicios”.

Además, esta propuesta se sostiene en el tiempo, ya que mediante un titular textual y expresivo (Barabani; 2009), el 27 de

marzo el periódico enuncia que “No renuncio, ni renunciaré dijo Frondizi”.

En cuanto al momento de la destitución, mediante unas líneas de carácter connotativo sostiene: “Destitución, fin de la crisis según las FF.AA.”. Dejando claro, otra vez, su intención de dar lugar a los dichos textuales de los actores inmiscuidos en los acontecimientos.

## **Golpe de Estado de 1966**

Luego del derrocamiento de Frondizi en 1962, José María Guido fue nombrado presidente provisional y convocó a nuevas elecciones limitadas y controladas por los militares. La injerencia y presión militar serán una constante durante el mandato del presidente radical, enfatizándose en los meses previos al golpe de Estado del 66.

Continuando con la tendencia nombrada en el 62, *Los Principios* expone una fuerte presencia de noticias ligadas a las FF.AA. y sus intervenciones en la actividad del poder ejecutivo.

A partir de la mitad del mes de junio se advierte una mayor injerencia del sector militar en los asuntos del gobierno nacional. “Intranquilidad militar” titula el diario el 25 de junio de 1966.

El día 28 el diario no manifiesta explícitamente el golpe de Estado, sino que titula “Conmoción Institucional”. El día siguiente, en un titular con una tipografía espectacular: “ONGANÍA”, mostrando un hombre fuerte, capaz y con la firmeza necesaria para sacar al país de la crisis, cualidades ausentes en el ex presidente Illia.

Esto se relaciona con los operadores semánticos (Bergonzi; 2006), que plantea que, con la ayuda de imágenes, títulos espectaculares y primeras planas llamativas, los diferentes medios van condensando significados alrededor de diferentes actores sociales.

*La Voz del Interior*, desde los primeros días del mes de junio, en la sección “nacionales” se empiezan a divisar titulares que dan

cuenta de una situación gubernamental, por lo menos, turbulenta. Al igual que en *Los Principios* empiezan a destacarse los titulares que informan sobre reuniones entre las FF.AA. con Illia, dando cuenta de la presión de los dirigentes militares sobre el gobierno.

Una gran diferencia es apreciable el día 28 cuando *La Voz del Interior*, titula: “Golpe militar”, informando explícitamente lo que ocurre en el país, a diferencia de *Los Principios* que utiliza un eufemismo como “conmoción institucional”. Este diario se encarga más de analizar lo ocurrido, mientras que *La Voz del Interior* generalmente crónica los sucesos.

Consumado el golpe, el diario no hace hincapié en la figura de Onganía sino que expresa: “asumió el poder la junta militar”, considerando al nuevo gobierno como un grupo o un todo, sin destacar una personalidad puntual.

Por último, el *Córdoba* se centra, en los primeros días de junio, en información relacionada con las FF.AA. coincidiendo con los otros dos periódicos. Pero la diferencia principal es que este diario toma como actor fundamental a los gremios, ya que era un diario vespertino y sus lectores eran en su mayoría obreros. Por ejemplo, es el único que se refiere al paro del día 7. Al igual que los diarios anteriores, a mediados del mes los titulares de las portadas siempre hacen referencia a la situación militar. El diario se centra en las acciones de las FF.AA. y deja las acciones del gobierno en un segundo plano a través de titulares pequeños en los costados de las portadas, el 19 de junio titula: “reunión imprevista del equipo militar”. Los titulares se caracterizan por ser genéricos, utilizar verbos en potencial y ser poco precisos.

Si bien la falta del ejemplar del día del golpe impide realizar un análisis preciso de esa edición, observando en las fechas posteriores se puede concluir que el diario se limita únicamente a informar las medidas del nuevo gobierno de facto a través de titulares informativos (Barabani; 2009).

## El Cordobazo, 1969

Tres años después, en mayo de 1969, se llevó a cabo “El Cordobazo”, un levantamiento popular que debilitó al gobierno militar y los periódicos se hicieron eco de esto.

En este contexto *Los Principios* minimizó el clima de conflicto que se empezaba a gestar, poniendo énfasis en los hechos ocurridos en el festejo del día del Trabajador, mientras que *La Voz del Interior* habló de un revuelo a nivel nacional relacionado con el factor sindical.

A partir de la Ley que el Poder Ejecutivo emitió con respecto a quitar el sábado inglés, comenzaron los paros en el país y las reacciones de los gremios más importantes, el diario *Los Principios* no le dio relevancia al paro de transporte, pero sí lo hizo con los sucesos militares. Mientras que *La Voz del Interior* habló de un clima de violencia y el *Córdoba* identificó a gremios y sectores que adhirieron al paro.

Consumado el Cordobazo, los titulares de *Los Principios* van a intentar disminuir la magnitud del hecho, representando a la manifestación como una más. Sin hacer referencia al término ‘Cordobazo’, sino a los disturbios diarios, por ejemplo, en un titular referencial y sugestivo (Barabani; 2009) como “Córdoba ante una realidad dolorosa”. En esta línea, el diario asocia a las FF.AA. con el “orden” y a los estudiantes con los “disturbios”.

*La Voz del Interior* presentó gran protagonismo de la Universidad y del sector estudiantil, pero no responsabilizándolos por los disturbios de la ciudad, como si lo hace *Los Principios*, sino mencionando sus luchas a lo largo del país. Además, hizo mención a la represión, al contrario de *Los Principios* que nunca usó esa palabra, sino ‘Detenidos’, ‘Heridos’. Además, el diario no dejó en ningún momento de hacer referencia a la CGT que se encontraba también en una situación de paros constantes.

En relación al Cordobazo, *La Voz del Interior* presentó una foto simbólica: ‘Soldados, hermanos nuestros, no tiren’. Se puede destacar una similitud con *Los Principios* en que ninguno de los

dos periódicos menciona explícitamente la palabra “Cordobazo”. El único que lo hace es el *Córdoba*.

Este diario va a ser el único que hace una constante mención de los actos de la CGT. Habla siempre de las diferentes facciones de la CGT. Los otros diarios no hacen esta distinción y lo toman como un solo bloque. *Córdoba* señala más las noticias sobre manifestaciones obreras y se remarca la represión social que se aplica a los distintos grupos de manifestantes. Esto queda a la vista el 24 de mayo cuando es el único periódico que menciona la detención de Vador antes del Cordobazo.

## Reflexiones finales

Una vez recolectados y analizados los datos pertinentes para la presente investigación, de los tres hechos históricos relevados, se pueden encontrar innumerables perspectivas que hacen foco en distintos puntos con el fin de dar cuenta de los acontecimientos. Esto, en esa línea, responde al principio de subjetividad por el cual se encuentra atravesado cada ser humano, pero, además, no se debe dejar de pensar en la idea de construcción de la realidad que le atañe a los medios de comunicación.

Esta investigación demuestra que, aunque no existía un manual de estilo en cada diario, la redacción de las notas y su titulación estaban atravesadas por la noción de cada periodista acerca de la línea de trabajo editorial que tenía el medio gráfico en el cual se desempeñaba.

La línea editorial queda en evidencia en distintos tramos de la investigación. Entendiendo que el periódico *Los Principios* adhiere a valores de tinte conservador y se vincula preferentemente con la clase alta cordobesa, la Iglesia y el ámbito Militar; mientras que *La Voz del Interior* se destaca por su afinidad con el radicalismo y por su intento constante de mantenerse “neutral” ante sucesos de tal envergadura. A su vez, caracterizado por su distribución

vespertina, en el diario *Córdoba* se destacan las noticias de corte sensacionalistas, como resultado de que en el horario de la tarde las noticias ya eran conocidas y para vender el diario debían utilizar titulares llamativos e impactantes, según lo que comentaba Juan Carlos Toledo (periodista de la época entrevistado). El público lector del diario *Córdoba* era en su mayoría la clase trabajadora que lo compraba a la salida de las fábricas y lo leía camino a su casa.

Por su parte, la presente investigación rescata el trabajo de los periodistas de ese período y revaloriza la ardua tarea de ser comunicador en tiempos donde no existía la tecnología tal como la conocemos en la actualidad. Brindando la posibilidad a las nuevas generaciones de comunicadores de conocer aspectos del quehacer periodístico local de los años '60, etapa convulsionada por grandes hechos históricos, políticos y sociales en Córdoba y el país.

Para concluir, se reconoce que se logró el principal objetivo dando cuenta del rol de la prensa de Córdoba en relación a los hechos históricos relevantes en la década de 1960 (los golpes de Estado del 62 y del 66 y El Cordobazo del 69), a través del análisis de estos tres diarios locales. La importancia de esta investigación es la de haber llegado a resultados comparativos entre los diarios, haber plasmado el sentido de lucha simbólica que se ve a través de la prensa y el gran papel de creación de sentidos que jugaban los diarios en esta época.

Se destaca que los resultados obtenidos de la investigación se basaron en un rico intercambio de opiniones entre los integrantes del equipo y el espíritu colaborador de sus miembros, lo cual permitió desarrollar el proyecto planteado. Asimismo, este trabajo muestra ser una iniciativa para futuras investigaciones sobre la temática, ya que, al llevar a cabo el relevamiento, se pudo advertir muchos datos más allá de los elementos titulares, por lo que hubo que limitarse al objeto de estudio, quedando así material para nuevos análisis.

## Referencias

- AGULLA, Juan Carlos. (1969). Diagnóstico social de una crisis. Córdoba, mayo de 1969, Editel, Buenos Aires.
- BARABANI, Eladio. (2015). La titulación periodística. Seminario de Redacción periodística. ECI-UNC.
- BERGONZI, Juan Carlos (2006). Comunicación y golpes de Estado: la autocracia al poder. Revista de la Facultad 12, 2006. La Plata. Argentina.
- BERGONZI, Juan Carlos. (2000). Golpe de Estado y Comunicación Social. La mirada del diario La Nación frente a la ruptura institucional de 1976. Tesis de Maestría en Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- BORRELLI, M. y SABORIDO, J. (2014). “Dossier: La prensa gráfica y los golpes de Estado en la Argentina del siglo XX” en Cuadernos de H Ideas [En línea], vol. 8, nº 8, diciembre 2014.  
URL:<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/article/view/2347>
- BOURDIEU, Pierre. (1988). “Espacio social y poder simbólico”, en *Cosas Dichas*, (pp. 127-142). Bs. As. Gedisa.
- BRENNAN, James. (1994). El Cordobazo. Las Guerras obreras en Córdoba 1955-1976, Buenos Aires, 1994. Capítulo 5-6.
- CASTELLO, Antonio. (1986). La democracia inestable (1962-1966). 2 volúmenes. La Bastilla, Buenos Aires.
- CAVAROZZI, Marcelo. (1992). Autoritarismo y democracia (1955-1983). CEAL, Buenos Aires.
- CLAUSO, Raúl. (2007). Cómo se construyen las Noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas. La Crujía Ediciones. Buenos Aires.
- COLECCIÓN “Gobernadores de Córdoba” (1999). Aproximaciones al gobernador Arturo Zanichelli y Justo Páez Molina. Editorial Córdoba. Argentina. E-book.
- COOK, T. D. Reichardt, CH.S. (1986). Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. Morata. Madrid.
- DE FONTCUBERTA, Mar y BORRAT, Héctor (2006). Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción. La Crujía ediciones, Buenos Aires.
- De DIEGO, Julia. (2011). “Las luchas simbólicas del discurso de la prensa. Aportes de la perspectiva de Bourdieu al análisis del acontecimiento político”, en Revista *Razón y Palabra*, vol. 16, núm. 76, mayo-julio, 2011. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Estado de México, México.
- DELICH, Francisco. (1970). Crisis y protesta social. Córdoba, mayo de

- 1969, Signos, Buenos Aires.
- FEINMANN, José Pablo. (2013). Filosofía política del poder mediático. Editorial Planeta. Buenos Aires.
- GARZÓN MACEDA, Lucio. (2009). La CGT de Córdoba y el Cordobazo (1957-1969). Unión Obrera Gráfica Cordobesa.
- GORDILLO, Mónica. (2003). “Protesta, rebelión y movilización: de la resistencia a la lucha armada, 1955-1973. En: James, Daniel, ed. *Nueva historia Argentina. Tomo IX: Violencia, proscripción y autoritarismo (1955-1976)*. Buenos Aires, Sudamericana, 2003.
- Marshall, Catalina & Rossman, Gretchen B. (2006). Designing Qualitative Research. Proyectos de Investigación Cualitativa. Males Oaks. Thousands Oaks: Sage Publication, 262 pages (4th edition), Thousands Oaks: Sage Publication, 262 pages (4th edition), ISBN 9781412924894, USD \$47.95 (paperback), ISBN 9781412924887, USD \$90.95 (hardback) Males Oaks: Sage
- MARTINI, Stella y LUCHESSI, Lila (2004). Los que hacen la noticia. Periodismo informativo y poder. Ed. Biblos, Buenos Aires.
- MARTÍNEZ, Miguel (1999). La psicología humanista. Un nuevo paradigma psicológico. México: Trillas
- Naranjo-Chacón, Gustavo (2011). La historia aplicada en la comunicación a través de la prensa Editorial Académica Española (17 de agosto de 2011).
- SOHR, Raúl. (1998). Historia y poder de la prensa. Editorial Andrés Bello. Barcelona. (e-book).
- Tcach, César. (2012). De la Revolución Libertadora al Cordobazo. Córdoba, el rostro anticipado del país, Buenos Aires, Siglo XXI editores.
- ULANOVSKY, Carlos. (1997). Paren las rotativas. Historia de los grandes, diarios, revistas y periodistas argentinos. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- ULANOVSKY, Lucía. (2008). El uso de la fotografía en la prensa durante El Cordobazo. IX Congreso Argentino de Antropología Social. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Misiones, Posadas.
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. (2005). “La representación discursiva de los conflictos sociales en la prensa escrita”, Estudios Sociológicos XXII.
- VIEYTES, Rut (2004). Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas. Buenos Aires. Editorial de las Ciencias.

## Entrevistas

TOLEDO, Juan Carlos (alias “Cabrito Toledo”). Periodista de la prensa local como “Cabrito Toledo”. Trabajó para la radio LV2, Diario “Los Principios” y “La Voz del Interior”. Cubrió en Córdoba hechos históricos como “El Cordobazo”.

FIGUEROA, Carlos (alias “Lulero”) Trabajó como titular en los talleres de linotipo para el Diario “Los Principios” en la década del ’60.

## Hemerotecas

Hemeroteca de la Legislatura de la Provincia de Córdoba (Diario *Los Principios*).

Hemeroteca de la Biblioteca Mayor de la UNC (Diario *La Voz del Interior*).

Hemeroteca del C.I.S.P.R.E.N-Córdoba (Diario *Córdoba*).

# Capítulo 3.

## Proyecto e informe final

---

### Medios informativos y agendas políticas en América Latina (2010-2015)

Resolución Secyt-UNC de aceptación: 313/2016

Resolución de aprobación de informes académicos: 116/2018

**Directora: Dra. Marilyn Alaniz**

**Codirector: Dr. Hugo Ignacio Pizarro**

#### **Integrantes**

Andrea Batalla

Rodrigo Bruera

Claudia Grzincich

Lautaro Pelizza

Julia Porto

Laura Segura

Marcos Siragusa

Ernesto Vera Asinari

Cristina Vera de Flachs

Tomás Vicente

---

## Medios informativos y agendas políticas en América Latina (2010–2015)

---

### PROYECTO

#### Introducción

A lo largo de los años noventa una procesión de experiencias neoliberales recorrió gran parte del continente latinoamericano. Entrado el siglo XXI, la acción de los gobiernos de la región se desplegó hacia la reposición del Estado como actor de los procesos de recomposición social a través de la promoción de políticas destinadas a paliar los efectos aciagos del ajuste neoliberal. Desde el punto de vista estrictamente político, el rol estatal cristalizó en la figura de presidencias fuertes, que desde el ámbito del ejercicio de sus poderes, alentaron las dinámicas de recomposición del aparato productivo bajo un capitalismo global con rasgos extractivos intensos, en materia de monocultivos y explotación del suelo, extensión de proyectos de mega minería a cielo abierto, intensificación en el descubrimiento y usufructo de petróleo, hidrocarburos y energías no renovables con una característica depredadora en torno al cuidado del medio ambiente, todo ello presente en varios países sudamericanos (Argentina, Bolivia, Ecuador, Brasil). Es decir que si desde un punto de vista objetivo -y teniendo en cuenta indicadores y números duros de la economía- fue un hecho una relativa recomposición en los términos del trabajo y los salarios, este ciclo de “bonanza económica” se desarrolló en el marco de una fase de mayor intensificación de la explotación del capital en su faceta neo desarrollista, es decir con abundancia de elementos de capital extractivo y capital financiero.

Desde el terreno específicamente cultural, los gobiernos sud-

americanos llevaron hacia el terreno de la comunicación y los medios masivos nuevas iniciativas, ofreciendo prominentes fondos de los presupuestos y pautas oficiales de propaganda a la modernización y ampliación de licencias de los medios informativos públicos o estatales. Junto a ello la idea de una mayor inclusión cultural en la esfera mediática y la consideración de la Comunicación como un derecho humano y social fueron el condimento que abonó la llamada “batalla cultural” del progresismo sudamericano.

La investigación parte del reconocimiento de este escenario, descrito en trabajos anteriores (Alaniz; 2013, 2014) donde los casos de Argentina, Brasil, Bolivia, Ecuador, Venezuela han sido presentados como expresión de un arco político coincidente en objetivos tales como el recorte de los poderes multi-mediáticos, sea a través de la promulgación de leyes regulatorias, o bien, incentivando la rearticulación de políticas de comunicación públicas y el sistema de medios estatales. Así, los llamados “gobiernos progresistas” (Alí; 2008, Katz; 2008, Natanson; 2008, Rodríguez Garavito, Barret y Chávez; 2008, Sader; 2008, Laria; 2011, Boron; 2011, Ansaldi; 2012), encarnaron las disputas con el sistema comunicacional privado, llevando adelante las regulaciones anti monopólicas (Ecuador, Argentina, Uruguay), la regulación de contenidos (Venezuela) y el establecimiento de vínculos cooperativos a la hora de cubrir acontecimientos en especial de alcance regional, de producir la noticia, de establecer criterios de valor alternativos al de la prensa privada y, de distribuir por canales públicos tales informaciones. En este sentido, se desarrollan políticas de Comunicación estatales que procuran aminorar el libre flujo informativo y tienden a erigir Estados-comunicadores, reguladores de la información estratégica-secreta y de la pública-abierta, estableciendo canales informativos directos entre el Estado y la sociedad.

Por lo expuesto hasta aquí, consideramos que la investigación puede contribuir al análisis y reflexión de las agendas políticas emergentes en América Latina y el Caribe, comprendidas como

aquellos temas relevantes planteados en el lustro 2010-2015 desde los gobiernos de la región, a través de los sistemas de medios (públicos, privados o alternativos) en su versión digital y audiovisual. Las temáticas han cobrado vigorosidad y visibilidad a partir de la realización de la Cumbre de las Américas del 2005, recordada por el *No al ALCA*, considerada un punto de inflexión en el tratamiento, atención, cobertura mediática y difusión de tópicos referidos al futuro latinoamericano. A partir de ese momento, la nueva narrativa informativa anclada mayoritariamente en el tratamiento de la integración latinoamericana es la clave de un relato que asimila una perspectiva de la historia y la herencia cultural común, rememora la utopía de los libertadores del siglo XIX y apela al accionar social frente a situaciones de tensión institucional provocadas desde afuera. En ese sentido, las formas de elaboración que adoptan las noticias en función de renovadas agendas políticas parecen invitar a los latinoamericanos a concurrir al reencuentro histórico, una y otra vez. La llamada “nueva ola sudamericana” -con su refracción en el empoderamiento de gobiernos referenciados como “progresistas”- acoge con relativo éxito la realización de las Cumbres del MERCOSUR, de las Américas, de los Pueblos, las reuniones de UNASUR, de CELAC, los emprendimientos cooperativos como el ALBA, entre las más convocantes. En ese escenario, se presentan acontecimientos ligados a la reafirmación y/o crítica de una agenda política latinoamericana que pone el énfasis en la unidad continental, la cooperación y la integración, en el marco de una etapa posdictatorial, posneoliberal y de intensa actividad de los sistemas mediáticos.

En cuanto al planteo del problema, he aquí algunas de las preguntas orientadoras de la presente investigación:

¿Cuáles han sido las características más relevantes de la nueva agenda política regional? ¿Qué rupturas y continuidades pueden destacarse en las temáticas tratadas desde los años noventa en adelante? ¿Qué relaciones entablan los gobiernos y los medios de

información públicos, privados y alternativos en los principales países latinoamericanos? ¿Cuál ha sido el tratamiento informativo dado por los sistemas de medios a los acontecimientos sociopolíticos relevantes de la política regional?

## **Objetivos**

### ***General:***

- Caracterizar las agendas políticas presentadas en los medios de información de países de América Latina desde el 2005 a la actualidad.

### ***Específicos:***

- Describir el contexto socio-político de América Latina desde el 2005 en adelante.
- Conceptualizar las perspectivas acerca de la articulación entre sistemas de medios, agenda política e informativa.
- Identificar cambios y continuidades en materia de tratamiento informativo de las agendas políticas en América Latina.
- Reconocer los vínculos entre las estructuras gubernamentales y de poder con los medios de información.
- Reflexionar sobre el rol de los medios en la construcción de la agenda política regional.

## **Marco conceptual. Metodología**

El trabajo retoma como ejes conceptuales la caracterización del contexto regional en el período 2004-2014, en torno a cambios y continuidades en materia de políticas gubernamentales; considerando el debate sobre el carácter de los gobiernos “pro-

gresistas”, en particular los que en investigaciones anteriores realizadas por este equipo han sido objeto de análisis (Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador, Paraguay y Venezuela).

Otro eje conceptual vertebrador está relacionado con la comunicación en tanto fundamento de lo político y lo social; las transformaciones operadas en la relación medios y política y la sustitución de una agenda política informativa latinoamericana, predominantemente producida desde agencias noticiosas extranjeras, a una que procura cubrir, tratar y vehicular la noticia desde coberturas locales, hechas desde medios públicos, privados y alternativos.

Se plantea realizar en esta etapa de la investigación, un relevamiento teórico y documental sobre los conceptos mencionados, a la vez que efectuar análisis de contenido y de criterios de noticias, en ediciones gráficas, televisivas y portales referidos a las reuniones regionales (por caso, de UNASUR, MERCOSUR, Cumbre de las Américas, CELAC), como así también, el tratamiento de tópicos sensibles al conjunto de países del hemisferio (tensiones sociopolíticas, procesos de acercamiento y diálogo, elecciones presidenciales, inestabilidades económicas, procesos desestabilizadores). También se considera la realización de entrevistas a analistas políticos y referentes del periodismo regional.

## **Relevancia del Proyecto**

El presente trabajo parte de reconocer la existencia de relaciones entre el campo de la política y la comunicación, además de considerar que una parte sustancial de los sucesos políticos en los regímenes democráticos se presentan en clave mediática. Nos interesa reflexionar sobre el rol de los sistemas de medios latinoamericanos, la construcción de agendas políticas de alcance regional y

el papel a la hora de diseminar las noticias acerca del movimiento integracionista y de unidad latinoamericana, la difusión de alternativas al pensamiento neoliberal, la contribución desde el campo comunicacional al espacio de lo público y a la reconstrucción de una identidad regional. Los resultados e informes que pudieran derivarse del presente proyecto serán un aporte al espacio de formación de los estudiantes de Comunicación Social de la FCC y a la actualización curricular.

## INFORME FINAL

A lo largo de los años noventa, las experiencias neoliberales recorrieron gran parte del continente latinoamericano. Entrado el siglo XXI, un arco de gobiernos en la región sudamericana -caracterizados bajo la denominación de *progresismos*- desplegó su accionar hacia la reposición del Estado como actor central de los procesos de re articulación socio productivos. En tal contexto, se retoman características ya descritas en investigaciones anteriores (Alaniz y Otros, 2013, 2014) donde los casos de Argentina, Brasil, Bolivia, Ecuador, Venezuela fueron presentados como expresión del conjunto político llamado “progresismo sudamericano”. Entre los objetivos compartidos por los países mencionados y, a los fines de encarar el objeto en el presente proyecto, se hizo centro en la puesta en escena de “agendas políticas” en América Latina.

En esta oportunidad, se realizó un análisis y caracterización de las agendas políticas emergentes en América Latina y su dimensión comunicativa, es decir, aquellos temas políticos, económicos y/o socio-culturales planteados como agendas de gobierno en el lustro 2010-2015; agendas puestas en foco en diversos medios públicos, privados y/o comunitarios, a través de ediciones digitales o audiovisuales.

La metodología de trabajo se basó en un relevamiento teórico-documental sobre la tipología general de los gobiernos llama-

dos progresistas (Elías, 2005), de izquierda latinoamericana (Rodríguez Garavito y otros, 2008) o populistas de alta intensidad (Svampa, 2017) y en particular, las políticas sociales destinadas a la promoción de la comunicación como un bien público y un derecho humano. Se hizo hincapié en las nociones, significados y alcances de las agendas políticas consideradas temas relevantes para los gobiernos de la región: inclusión y paridad de género en Bolivia, la integración latinoamericana y sus perspectivas con centro en el Mercosur, las tensiones socio-políticas, institucionales o económicas presentes en Venezuela tras la muerte de Hugo Chávez, las agendas de la paz y el diálogo en Colombia y la situación de las políticas audiovisuales públicas en la efectiva implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. En segundo término, se procuró analizar los sentidos y significaciones de tales agendas a la luz del tratamiento informativo, recurriendo para ello a las ediciones digitales en los países señalados, documentos oficiales de los órganos gubernamentales, portales web del Mercosur, Unasur, TeleSur, Cepal, entre otros.

En tal sentido, y de modo general, se han caracterizado las agendas políticas y sus contextos en los países mencionados, así como se ha conceptualizado la articulación entre medios, agenda política e informativa, logrando identificar modificaciones en materia de tratamiento informativo de las agendas políticas en la región y un vínculo a veces sinérgico y otras conflictivo, entre medios públicos o privados y política gubernamental.

Cabe aquí destacar que la teoría de la agenda plantea que los medios de comunicación son actores políticos que eligen los temas que consideran relevantes y construyen una realidad que ofrecen a las audiencias. No obstante, y como expresa la teoría, los medios nos dicen en qué pensar, pero no en cómo hacerlo.

Son actores legitimados socialmente para influir, sobre todo en virtud de la práctica periodística, pero se trata de una influencia en un sentido *potencial*, no inexorable y absoluto. Con estas

salvedades, las agendas políticas se refieren al conjunto de asuntos, temas y tácticas empleadas por los grupos políticos además que ponen en debate el poder ejecutivo gubernamental o funcionarios de gobiernos, que intentan influir en la construcción de la noticia y el debate de lo político en el corto o mediano plazo.

Por eso vale señalar que el armado de las agendas políticas configura un escenario de disputa simbólica de los significados, representaciones e imaginarios sobre aquellos temas que noticiosamente resultarán relevantes para la sociedad y circularán en variados formatos. Ahora bien, tal como lo señalan los aportes de dos miembros del equipo, Ernesto Vera Asinari y Marcos Siragusa, hubo hasta fin del siglo XX un claro dominio para constituir los temas de agenda latinoamericana, por parte de los grandes pools comunicacionales del hemisferio norte, particularmente las Agencias de Noticias Transnacionales, las grandes cadenas televisivas angloamericanas y los influyentes periódicos de las ciudades más renombradas del primer mundo. En este esquema, América Latina siempre ocupó un lugar de recepción de información, creándose a través de los años una estructura de dependencia fáctica e ideológica con respecto al norte. Una especie de colonialismo editorial. Si bien en los años '70 aparecieron algunas iniciativas contra este sistema, dominado por la doctrina norteamericana del *free flow of information* (libre flujo de la información), la tendencia de hegemonía informativa siguió su curso hasta finales del siglo pasado. Entrando ya en el siglo XXI en América Latina se percibe un cambio en la ecuación medios de comunicación-poder político-sociedad. Los gobiernos que se consolidaron en gran parte de la región, caracterizados por un discurso de rechazo a las políticas neoliberales de las décadas anteriores y el avance hacia una reconfiguración de la agenda política y social, encuentran a los grandes medios de difusión locales e internacionales en una posición de resistencia.

Quizás por primera vez en su historia América Latina ha podido planificar una agenda propia, sin los condicionamientos externos tan comunes en los ciclos globales previos. Los problemas del orden internacional del siglo XXI, tales como la guerra contra el terrorismo, la crisis financiera internacional, la crisis de la eurozona, el surgimiento de las Primaveras Árabes, etc., parecen haber tenido a Latinoamérica alejada de los epicentros conflictivos.

Esto, sumado a una primera década de muy favorables precios internacionales para sus exportaciones, posibilitó a la región asumir un nuevo posicionamiento internacional dentro del llamado mundo emergente. La consolidación de una agenda de integración regional propia, reflejada en el histórico No al ALCA y en los nacimientos del ALBA, la UNASUR, la CELAC y más recientemente la Alianza del Pacífico —con un matiz distinto—, además de la incorporación de Venezuela al Mercosur, denota una renovada vocación de articulación estratégica en la región. Ante estos hechos, los grandes medios de difusión latinoamericanos han adoptado una posición por demás conservadora. Algunos autores consideran que los mass media están ocupando el lugar de la oposición política real a los gobiernos latinoamericanos (Natanson; 2010). A este respecto, la participación de grandes grupos económicos periodísticos en desestabilizaciones e intentos de golpes de Estado en la región —seis en los últimos 12 años— no puede pasar desapercibida (a saber: Venezuela 2002, Bolivia 2008, Honduras 2009, Ecuador 2010, Paraguay 2012 y Venezuela 2013-2014). Otra consideración sostiene que el escenario del debate político se ha corrido desde las instituciones tradicionales hacia los escenarios mediáticos (Schmucler; 1997). Por el otro lado, el creciente aumento de medios públicos y privados afines a los gobiernos, a menudo financiados desde los Estados, junto con la promulgación de nuevas leyes regulatorias de las comunicaciones en distintos países latinoamericanos —Argentina y Ecuador, por ejemplo—, también se inscriben dentro de esta disputa. Omar

Rincón lo ilustra de esta manera: “Asistimos a unos gobiernos fascinados por la lógica de los medios y a unos medios de comunicación que no quieren perder sus privilegios y dominio sobre la opinión pública” (Rincón; 2010: 5).

## **La agenda de género, participación política y paridad en Bolivia**

Una de las primeras temáticas abordadas como un emergente sustantivo de la etapa ha sido el de la paridad y la participación política de las mujeres en Bolivia en el contexto de la presidencia de Evo Morales. Según lo investigado por Andrea Batalla, se han ido redefiniendo, ampliando e incorporando nuevas perspectivas, intereses y propuestas, apareciendo en los últimos años con fuerza el cuestionamiento sobre las implicaciones de la ciudadanía y los alcances limitados del ejercicio democrático referidos a la participación política plena de las mujeres. En Bolivia éste debate adquirió sus propias tonalidades y, si bien la nueva Constitución Política del Estado (CPE) recuperó el rol estratégico estatal en la organización de la economía, reconoció derechos de los pueblos indígenas y consagró los principios de equidad e inclusión en el marco de un sistema democrático, continúa montándose sobre una organización social que discrimina y subordina a las mujeres. En este sentido se analizó que uno de los aspectos claves que permitirían generar acciones en el camino de alcanzar la paridad está vinculado con el reconocimiento de los derechos formales de las mujeres, cuestión indispensable en tanto se constituyen como normas que regulan y sirven de marco para las relaciones políticas, sociales, económicas que se dan en una sociedad determinada. La paridad apunta a transformar esa “democracia patriarcal en una democracia más incluyente, más representativa y legítima”, porque sin negar que el sistema político es fundamentalmente patriarcal, la definición aporta en el sentido de tratar de “superar

la ausencia de las mujeres del poder político y de los espacios de decisión política” (Sánchez, M. del Carmen; 2015: 22). En sí mismo este concepto involucra una crítica directa al orden social, en donde lo político y el manejo del espacio público, se ha diseñado como un ámbito masculino a partir de la utilización de estereotipos que ligan a los hombres con ideas como la razón, la madurez y la serenidad, características óptimas para liderar estos espacios; y a las mujeres con la emocionalidad y la debilidad, es decir, con habilidades vinculadas a las tareas del cuidado de personas y el espacio privado del hogar. Hubo avances en materia de incorporación de derechos políticos para las mujeres para constituir la Asamblea Legislativa y órganos de gobierno y avances regulatorios para proteger ante el acoso y la violencia política. La Ley N° 243, denominada “De Acoso y Violencia Política hacia las Mujeres”<sup>34</sup> fue sancionada el 28 de mayo del año 2012, como producto de un importante proceso, en el que tuvo un papel destacado la Asociación de Concejalas de Bolivia (ACOBOL), dando cuenta de la realidad de violencia y acoso de la que eran víctimas las mujeres bolivianas que participaban en el escenario político. En este contexto, la sanción de la legislación mencionada vino a otorgar seguridad jurídica a las mujeres candidatas, electas o que estaban en pleno ejercicio de sus funciones, a través del reconocimiento de sus derechos políticos y del derecho a una vida libre de violencia. Se establece en el texto legislativo que la norma persigue el objetivo de “establecer mecanismos de prevención, atención, sanción contra actos individuales o colectivos de acoso y/o violencia política hacia las mujeres, para garantizar el ejercicio pleno de sus derechos políticos” (Ley N° 243; 2012: 2). Fue muy importante este paso dado por las mujeres bolivianas, porque hasta la aprobación de esta Ley, la legislación vigente no contemplaba un catálogo específico de derechos políticos de las mujeres y no exis-

---

<sup>34</sup> Disponible en: <https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/90299/104007/F226460565/BOL90299.pdf>

tía una definición jurídica del acoso y de la violencia política en razón de género, por lo tanto, no se encontraban tipificadas estas acciones como infracciones y/o delitos en las normas que regulan la función pública a nivel municipal, departamental o nacional. La propuesta que tuvo carácter de obligatoria para todo el territorio nacional, pretendió proteger a “las mujeres candidatas, electas, designadas o en el ejercicio de la función político-pública” y se estipuló la incorporación en el Código Penal los delitos de acoso político y violencia política contra las mujeres en el Capítulo I “Delitos contra la función pública” (Ley N° 243; 2012: 2).

Resulta importante también subrayar que la sanción en el año 2013 de la “*Ley Integral para garantizar a la mujer una vida libre de violencia*”<sup>35</sup>, describe los tipos de violencia hacia las mujeres en su artículo N° 7 y caracteriza como un tipo específico a la “violencia en el ejercicio político y de liderazgo de la mujer”, comprendiéndolo en relación a “lo establecido en el artículo N° 7 de la Ley N° 243, contra el acoso y la violencia política hacia las mujeres” (Ley N° 348; 2013: 9).

Por su parte el Comité de la Comisión sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW; 2014, 2015), instó al Estado Boliviano a implementar políticas públicas tendientes a combatir los estereotipos predominantes de las mujeres en la política y a procesar y castigar adecuadamente a los responsables en los casos de violencia política basada en el género. Otros aspectos sugeridos apuntan a promover las campañas de comunicación y difusión desarrolladas por el movimiento de mujeres para acompañar los avances legislativos, bregar por una implementación concreta de esas normativas e influir en los aspectos ideológicos que se ponen en juego a la hora de elegir candidatos y candidatas en Bolivia.

---

<sup>35</sup> Disponible en: [https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/CAPEL/10\\_2013/d447c220-89f6-4da9-8932-3f5bb05fe41a.pdf](https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/CAPEL/10_2013/d447c220-89f6-4da9-8932-3f5bb05fe41a.pdf)

## **Integración regional, nuevos enfoques de la agenda en el contexto mundial**

Respecto al segundo tema relevante de la agenda latinoamericana, las contribuciones de Cristina Vera y Hugo Pizarro dan cuenta del lugar preponderante que logró el tópico de la integración regional como proceso político y económico, fundante en materia de líneas integracionistas en América Latina. Aun así, los autores evidencian un nuevo enfoque que se abriría en particular para el Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Al recorrer los últimos dos siglos se puede avizorar que entre los grandes anhelos de América Latina ha estado el de la integración vista desde distintos ámbitos, pero especialmente desde el político y el económico. Los años fueron pasando, los contextos fueron cambiando, pero el propósito de generar cooperaciones e integraciones en la región permaneció latente siempre. Las crisis de fines del siglo pasado hicieron tambalear los logros obtenidos y hasta puso en duda la continuidad de dichos procesos, privilegiando la protección de las economías nacionales.

Sin embargo, el siglo XXI mostrará un renacer de los bloques regionales, pero esta vez parados en un nuevo paradigma, lo que significaría que dichos procesos tomarían un impulso no sólo económico, sino también político y social, tras la llegada al poder en la región de nuevos gobiernos. Si bien fueron importantes los logros obtenidos, como así también el surgimiento de nuevos procesos de integración regional surgidos a la luz de las nuevas realidades que acontecían en América Latina, no tardó en primar el “privilegio nacional” por sobre los intereses perseguidos por estos bloques. Es así que, transcurrida la primera década, el panorama ha sido variado e intenso, con actuaciones variadas por parte de los bloques en materia política principalmente, pero no ha alcanzado importantes avances en la praxis en mejoras sustanciales para las economías de los Estados miembro.

El cambio de gobiernos en los países latinoamericanos ocurridos en los últimos años (sobre todo desde 2014 en Brasil y 2015 en Argentina), ha generado un replanteamiento respecto al enfoque que deben tener los procesos regionales, poniendo especial foco en el pilar comercial-económico, tal como ocurrió en su momento en los inicios de dichos procesos. Se trató de evidenciar los principales hechos ocurridos durante el nuevo siglo en materia de integración regional en Latinoamérica, donde la integración fue puesta en clave de unidad política sudamericana y retomar la segunda década del presente siglo cuando se han suscitado modificaciones en el plano gubernamental político en la región. Para ello, se procedió a analizar una serie de artículos periodísticos publicados en medios gráficos nacionales (diarios en versión on line La Voz del Interior, Clarín, La Nación y Página 12), que abordaron diferentes situaciones vinculadas al rol del Bloque de integración regional respecto a los Estados parte y cómo éstos han incidido en el desenvolvimiento de los primeros.

Un primer dato apuntó a señalar que, durante la primera década del nuevo siglo, tras los efectos de la crisis que sufrió la región, la emergencia de fuerzas políticas innovadoras y de discursos integracionistas generó expectativas sobre la posibilidad de que se iniciara una nueva fase en el Mercosur y una nueva fase en la integración pensada para Latinoamérica. Sin embargo, se ha dificultado un mayor avance en el propósito de alcanzar una integración regional. El retorno del Estado y la política en la conducción de la integración (un ciclo de repolitización), la incorporación de nuevas agendas (sociales, infraestructura, energía, finanzas) y, consecuentemente, la participación de variados actores sociales y grupos de interés. Así, es posible marcar el inicio de una nueva etapa del proyecto regional en el año 2012, cuando presentaba un panorama de profundización –con el primer proceso de ampliación del Mercosur– pero que, tras las elecciones en Brasil (2014) y Argentina (2015), terminaron por definir el

rumbo del proyecto regional hacia un escenario más incierto y con un fuerte retorno del proyecto neoliberal, que se visibiliza en especial a partir del tipo de inserción internacional propuesta. Los cambios de gobiernos acaecidos a mediados de la segunda década del siglo XXI han comenzado a modificar de manera significativa el rumbo que el Mercosur había tenido durante la década anterior. Pero retornando al año 2012, más precisamente en el mes de junio, a la par de la realización de la Cumbre del Mercosur (Mendoza, Argentina), se abrió una coyuntura crítica basada en dos hechos que se conjugan: por un lado, una crisis institucional en la República de Paraguay que deviene en un golpe de Estado institucional al gobierno de Fernando Lugo, a raíz de esta situación, se procedió al ingreso efectivo de Venezuela al bloque. (*Debido a que Paraguay fue separado del MERCOSUR*). Por otro lado, la división entre un llamado “eje Atlántico” y otro “eje Pacífico” cobró resonancia, en especial, por la amplificación de la idea de “modelo de inserción en el mundo” promovido por Chile, Colombia, Perú y México. El Mercosur no había permanecido exento de conflictos comerciales durante los últimos años, pero este escenario los profundizó y el bloque demostró, nuevamente, la ausencia de instancias permanentes para canalizar los conflictos, más allá de la diplomacia presidencial.

Finalmente, otros dos elementos que inciden en el contexto actual de la integración regional del Mercosur en el escenario continental; el descongelamiento de las relaciones entre Cuba y los Estados Unidos, a lo que se suma un escenario electoral en la potencia del Norte y, una nueva reconfiguración del poder mundial, que tiene una doble dinámica: por una parte, afecta a las relaciones interestatales y supone el ascenso de los países emergentes y la aparente transición, como hecho y como narrativa, de un sistema internacional unipolar a uno multipolar.

Han surgido algunos interrogantes que abren el juego a futuras indagaciones en la materia: en primer lugar, el desafío de cómo resolver el rompecabezas de incompatibilidad entre pro-

yectos nacionales y el proyecto regional imperante del Mercosur 2002-2003 y 2012-2013.

El segundo desafío consistirá en cómo proyectar al Mercosur en el marco de la nueva geopolítica latinoamericana, que incluye desde el acercamiento entre Cuba y los Estados Unidos, hasta proyectos regionales que se superponen, complementarios y/o en pugna y, en especial, que tensiona una división ideológica entre el eje Atlántico y el eje Pacífico. Y un tercer desafío: cómo se inserta internacionalmente el Mercosur sobre la base de las negociaciones con la UE, el establecimiento de megaacuerdos comerciales promovidos por Estados Unidos y la gravitación de la República Popular China. En efecto, tanto los cambios políticos al interior del Mercosur, como la reconfiguración a nivel mundial, principalmente con el *Brexit* y la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca, proponen un nuevo rumbo obligado del Mercosur dando paso hacia distintos objetivos.

### **Acerca de la “crisis política y social” como centro de la agenda mediática en Venezuela**

En referencia a las tensiones socio políticas en la República Bolivariana de Venezuela, dos trabajos que han confluído en un mismo objeto han aludido al tema. Por su parte, el estudio de Rodrigo Bruera recupera antecedentes de análisis de una sucesión de hechos que promovieron el intento de recorte de los poderes institucionales y democráticos, principalmente relacionados con la acción directa de grupos empresariales ligados a medios privados, como lo sucedido en el país en 2002 y en Ecuador en 2009, o bien destituciones de rápida resolución parlamentaria, como las de Honduras en 2009, Paraguay en 2012 y Brasil en 2016. En tal sentido, los medios de información tuvieron una activa participación en el devenir de tales sucesos, una profusa e intensa labor política desplegada tanto en medios públicos como priva-

dos, ocupando como ya se ha mencionado, el lugar de oposición política real a los gobiernos latinoamericanos en la primera década del siglo XXI, por lo que el debate político ya no se dio solo en las distintas instituciones, sino también en el escenario mediático.

No es menor tener en consideración el desarrollo de complejos grupos privados de telecomunicaciones, que desarrollaron en los últimos años nuevas tecnologías de información y de la industria digital. Esto se produjo en pleno apogeo de la década del '90, cuando se llevó adelante un realineamiento de medios bajo la fórmula de multimedios, grupos empresariales periodísticos que modificaron de manera relevante la estructura de la propiedad, dando lugar al fenómeno de empresarialización, que posiciona a los medios como entidades administrativas con una visión de negocios global. Cabe también reflexionar sobre la incidencia de la esfera mediática en la forma de organización y visibilidad de la acción política. En ese sentido, analizar medios de información implica observar un campo de disputas de significados que se materializan en experiencias y prácticas, en un contexto en el que el capital económico desencadena procesos que convierten a la información en un insumo importante en la estructuración de las sociedades. Todo ello ha sido más que significativo en la escena venezolana posterior al fallecimiento de Chávez y a los alineamientos entre los sectores afines a Nicolás Maduro y a la Mesa de Unidad Democrática, conocida como “oposición” al chavismo. En efecto, tras la desaparición física de Chávez, comenzó una fase de mayor radicalidad y enfrentamiento físico entre “chavistas” y “opositores”, en un marco de conflictividad recargado por el desabastecimiento de productos de primera necesidad, la inflación descomunal y un férreo control de la gestión de Maduro sobre los resortes institucionales en los que se asienta la gobernabilidad del país. En tal contexto, los medios privados y de mayor circulación vienen construyendo sus relatos sobre “la crisis”, el desorden y la inseguridad social.

Desde otro ángulo, pero que complementa lo expresado anteriormente, Julia Porto centró su aporte en el papel de los medios comunitarios, movimientos sociales y Estado en Venezuela. Desde esa mirada general y teniendo en cuenta que los medios comunitarios y populares se han consolidado en Venezuela con fuerza desde el 2000 en adelante, puede verse una doble relación entre movimientos sociales y Estado: hay una fuerza social, que es canalizada y reimpulsada desde el aparato estatal.

El caso venezolano reviste a modo de la autora, características singulares: el panorama tras la muerte de Chávez aparecía incierto y atravesado por los enfrentamientos violentos entre dos bandos, el gobierno y la oposición, presentados en la mayoría de los medios como únicos actores políticos; a ese presente se había desembocado desde un movimiento de masas fuerte. El impulso inicial fue el de atender a las agendas políticas de medios alternativos y comunitarios, web venezolanas (Aporrea y Question Digital), para poder observar el posicionamiento ante las acciones del gobierno de Nicolás Maduro -sucesor de Chávez- los actores sociales y las propuestas políticas que allí eran materializadas. De ese modo tomó forma el objetivo principal de este proyecto: recorrer los vínculos entre medios comunitarios, movimientos sociales y políticas impulsadas por el Estado/los gobiernos en Venezuela, observando sus complejidades, en un intento de comprender los lugares donde los gobiernos progresistas y sus propuestas de fortalecimiento del aparato estatal condujeron a los pueblos en nuestra región y, particularmente, si en efecto maduraron en ese país espacios políticos en una construcción popular autónoma y empoderante, independiente de las burguesías y las clases dirigentes.

La lectura de tales medios facilitó la comprensión del presente venezolano, resultó un aporte interesante la nota “Nos estamos moviendo entre la falsa Constituyente de Maduro, la guerra civil/aplastamiento que propone Atilio Borón o la recuperación de la vigencia de la Constitución del 99”, una entrevista a Carlos Car-

cione publicada en [aporrea.org](http://aporrea.org); en base a ese texto y a distintos actores sociales y conflictos que allí se presentan, pude orientar mis búsquedas y reconstruir una lectura de ese país crítica al gobierno de Nicolás Maduro. Entre otros puntos, Carcione afirma que “La caracterización de la actual confrontación entre las cúpulas (...) no es una pelea entre los sectores populares contra los oligárquicos. Por el contrario, es una lucha por definir cuál de las cúpulas se garantiza en el próximo periodo el control del Estado para administrar y distribuir la renta. Son dos sectores de las élites, subordinados al capital financiero internacional, uno tradicional y otro emergente” (en [aporrea.org](http://aporrea.org), 05/06/2017).

A la vez, las miradas de Maristella Svampa (2017) y Decio Machado y Raúl Zibechi (2016) fueron útiles para desacralizar la figura de Hugo Chávez y mantenerla en las continuidades con los gobiernos progresistas, fundamentalmente, con el extractivismo como “punto ciego” (Svampa; 2017), que sustentó las políticas sociales profundizando la vulneración de los derechos ambientales y sociales en los territorios. Se ha podido centrar la atención, precisamente, en sí la estrategia de construcción del Estado comunal en Venezuela hizo posibles construcciones populares, colectivas y autónomas: Machado y Zibechi van a decir que “a diferencia de los soviets en Rusia, las comunas han sido creaciones desde arriba, lo que significa que están sometidas a ese arriba que las creó” (2016: 17); “No es, por lo tanto, un contrapoder, sino un engranaje más de los poderes existentes” (2016: 16).

Por último, teniendo en cuenta que los medios comunitarios y populares se han fortalecido en Venezuela con fuerza desde el 2000 en adelante, se puede afirmar que puede verse una doble relación entre movimientos sociales y Estado: hay una fuerza social, que es canalizada y reimpulsada desde el aparato estatal. De esa forma, entre los espacios de participación que se multiplicaron, se incluyen los medios comunitarios; al mismo tiempo, se generaron una serie de discusiones en torno a la comunicación, que

la revalorizaron como una actividad social de interés público y formadora de identidades. Los medios alternativos y comunitarios han experimentado un crecimiento (así lo sostienen los trabajos de distintas/os autoras/es como Villalobos Finol, Mujica, Pérez), comunicados de organizaciones nacionales y estatales de medios alternativos, documentos (Informe Anual sobre situación en Venezuela 2004-2005: Ejercicio de la libertad de expresión por medios de comunicación comunitario, Plan Nacional de la Comunicación Popular 2015-2019), legislación referente al sector, la página web de CONATEL, entre otras fuentes. Se observa el modo en que comunidades y medios van juntos, los medios creciendo a la par de los cambios sociales: tanto en las resistencias durante las décadas citadas, como en el período que se abre después del Caracazo, como también a partir de los cambios a la Constitución impulsados por Hugo Chávez. En el gobierno de Nicolás Maduro se produjeron conquistas claves para el sector, como la aprobación de la Ley de Comunicación del Poder Popular en 2015 o el impulso del Plan Nacional de la Comunicación Popular (2015-2019), que busca consolidar y fortalecer un sistema de medios comunitarios y alternativos autónomo. La construcción de éstas agendas ha permitido creer que (en) los medios comunitarios (se) construye/n una mirada crítica y una alternativa política, cuyo tratamiento informativo sobre la realidad nacional de Venezuela puede situarse por fuera de la dicotomía gobierno/oposición, reproducida tanto en medios privados y estatales como en las agendas internacionales de otros países. Así, puede pensarse que la existencia de medios comunitarios habilita escenarios de resistencia para las luchas populares, en el espacio de lo público.

## **La paz y el diálogo como clave de agenda de una Colombia “esperanzada”**

Los aportes de Lautaro Pelizza y Laura Segura han señalado al proceso de diálogo en Colombia como el acontecimiento político dominante en las agendas mediáticas del país. Los autores han partido de un recorrido histórico y político de Colombia, desde la Guerra de los Mil Días en el año 1902 hasta el presente en que se negocia la paz entre el gobierno y los distintos grupos referenciados en la guerrilla. Colombia sufre conflictos armados desde hace más de 40 años, con problemas que van más allá de lo político. En su historia reciente, ha tenido como actores protagonistas del rumbo del país no sólo al gobierno de turno, sino también a los distintos grupos guerrilleros, a los carteles del narcotráfico, a la DEA, como así también a los organismos económicos internacionales que con sus políticas siempre han hecho mella en el difícil camino del desarrollo de todos los países de la región. La autoridad del gobierno colombiano sólo ejerce plena jurisdicción sobre una parte del territorio del país. Una porción sustancial de la geografía nacional se encuentra bajo el dominio o control de las Fuerzas Revolucionarias de Colombia (FARC), del Ejército de Liberación Nacional (ELN) y de otros grupos guerrilleros menores. Desde la “Guerra de los Mil Días” en el año 1902 hasta la actualidad, el país estuvo marcado por las guerras civiles. Éstas, más allá de su dicotomía liberales/conservadores, “fueron alimentadas por las fuertes desigualdades sociales persistentes en el cuerpo social, muy especialmente en el campesinado (...). Así surgen en escena nuevos grupos conformados por sindicalistas, trabajadores sin empleo, campesinos sin tierra y empleados de la clase media mal pagados” (Specchia, 2010). Hacia el año 1964 surgirán las FARC como un “Programa Agrario de los Guerrilleros” según su primera declaración política, entendiendo que se alzan en armas con motivo de estar cerradas las vías de lucha política, legal, democrática y pacíficamente.

Así es que, luego de varios intentos fallidos a lo largo de la historia, en el año 2012 se comenzó a dialogar un Proceso de Paz entre el Gobierno y las FARC. Estos diálogos se darán primero en Oslo y luego en La Habana y tendrán como resultado la firma de un Acuerdo de Paz final en Bogotá el 24 de noviembre de 2016. Tal como lo expresa la Oficina del Alto Comisionado para la Paz en su página web, los acuerdos de paz sientan sus bases sobre 6 ejes (Oficina del Alto Comisionado para la Paz, 2016): Reforma Rural Integral que busca la erradicación de la pobreza rural extrema; Participación Política, que procura ampliar y cualificar la democracia como condición para lograr bases sólidas para forjar la paz; Fin del Conflicto, estableciendo los términos en que se dará el fin de las confrontaciones con las FARC y el fin de las hostilidades de las FARC hacia la población civil; Solución al Problema de las Drogas Ilícitas; Víctimas, buscando hacer respetar los derechos de las víctimas y la implementación, verificación y refrendación, ya que con la firma del Acuerdo Final y su refrendación ciudadana, se da inicio a la implementación de todos los puntos acordados.

El tratamiento de los distintos medios gráficos en el país cafetero ha tenido una cobertura a tono con la complejidad y la importancia del conflicto, cada uno desde su óptica editorial: de los tres periódicos más importantes del país, El Tiempo con un 34% de los lectores colombiano y El Espectador con el 12%, son liberales; mientras que El Colombiano, con el 14% de los lectores, es conservador. En el caso de este último, con una mirada crítica hacia los acuerdos y hacia las FARC en general, mientras que los primeros dos, abordan las notas de una manera más conciliadora respecto a las partes.

### **Políticas estatales de comunicación audiovisual en Argentina. Entre la *Ley de Medios* y la plena convergencia.**

Por último, la agenda de las políticas de comunicación audiovisual en el marco de la transición de la LSCA a una comunica-

ción convergente, convocó a una reflexión por parte de Claudia Grzincich sobre la novedad generada por un fenómeno político-comunicacional que años atrás se propagó por distintos países sudamericanos: el desarrollo, regulación e implementación de la Televisión Digital Terrestre (TDT). El recorte temporal abarcó el período 2009-2015, caracterizado por un impulso destacado al campo audiovisual nacional y regional, no sólo a partir de su notoria proliferación sino también por la incidencia de la intervención de los Estados mediante diversas políticas públicas de comunicación. Una fase relevante del proceso de investigación se conformó por la reconstrucción del contexto sociopolítico del período abordado y de las diversas acciones gubernamentales implementadas, particularmente, en el marco del proceso de digitalización de la televisión pública en Argentina.

Al respecto, se destaca que si bien la intervención del Estado argentino en políticas públicas de comunicación en general y, en políticas del ámbito audiovisual en particular, es de larga data y con diversas intensidades. Según Clara Kriger (2009), durante el primer peronismo también se llevó a cabo una intensa política gubernamental a través de leyes, regulaciones y medidas protectionistas. No obstante, será a partir del año 2009 que éstas alcanzan su impulso más alto con la normativización de la Televisión Digital y la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Baranchuck; 2010, Becerra; 2015). Dos meses antes de la aprobación de la LSCA -el 31 de agosto de 2009- el gobierno nacional refrenda una norma que puede ser considerada como la piedra fundacional de este proceso. Se trata del debut del Decreto N° 1148/2009, a partir del cual se inicia el camino hacia la digitalización de la televisión (abierta y gratuita), mediante la creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T) para la transmisión y recepción de señales digitales terrestres.

En este escenario, desde el Estado argentino, se implementaron un conjunto de políticas públicas que incluyeron una serie

de acciones, programas, planes, proyectos y diversos lineamientos que pueden observarse a partir de tres grandes aspectos: regulación (sanción de un conjunto de leyes y decretos), desarrollo de tecnología e infraestructura (expansión de la cobertura, instalación de torres transmisoras y repetidoras, entrega de conversores-receptores) y contenidos (financiamiento y fomento a la producción de audiovisuales a distribuir en las nuevas plataformas). En esta primera instancia, por ser de sumo interés pero de vasta extensión, sólo se indagan dos de estas dimensiones: la primera, vinculada a la reglamentación de la televisión digital en el país durante los años 2009 y 2010 y la última, relacionada con el Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales Digitales (POPFCAD), siendo una de sus acciones más destacadas los Concursos Nacionales para el desarrollo de proyectos documentales y ficcionales, en ambos casos tanto para unitarios como para series.

### **Breves conclusiones a modo de cierre y nuevos interrogantes**

A lo largo del proyecto se han tratado de abordar las agendas político gubernamentales de los países de la región latinoamericana, destacando el marco contextual predominante -el progresismo o nueva izquierda- anclado en la presencia de un Estado organizador de las principales líneas en materia económica, social, asistencial y cultural. Asimismo, las experiencias relevadas en materia de agendas políticas han coexistido en un espacio de re-fundación de lo latinoamericano, en términos simbólicos claro; de una especial sintonía política entre las diversas gestiones de gobiernos junto a una retórica potente frente a las corrientes del neoliberalismo y la presencia de organismos internacionales de crédito, finanzas o intervención directa venidos desde el Norte. El caso que destaca por la diferencia en cuanto a su tonalidad política es Colombia, pero la importancia asignada a la reconciliación y el diálogo, entre

sectores de gobierno y las organizaciones como las FARC, han tenido buen acogimiento en todo el ámbito de América Latina y han sido acompañadas desde los países del llamado progresismo.

Puede decirse que las agendas presentadas en cada apartado de este informe, fueron realizadas con un trabajo comunicacional de producción, circulación y visibilización desde lo regional y, en especial desde Sudamérica. Para ello hubo creación y fortalecimiento de medios públicos, comunitarios, agencias de noticias regionales, nuevas regulaciones anti monopólicas y una disputa con ciertos medios privados, grupos concentrados y lobbies a la hora de cimentar una agenda del Sur. Se confrontó con los medios masivos y privados en varios países, Ecuador, Venezuela, Argentina, por mencionar los casos más emblemáticos. Así y todo, la atención en los temas considerados tópicos relevantes en cada país, fueron sostenidos y visibilizados en la agenda de medios. El género, la integración regional, la paz y el llamado al diálogo, Venezuela como el punto del caos, el destino de la Ley de Servicios de Comunicación. Las agendas se mantuvieron altas en la medida que hubo cierta correlación de fuerzas entre los temas, los actores políticos gubernamentales que las sustentaron y el uso de medios afines a dar a circular esos relatos.

Para finalizar y dado que se ha presentado el rol que el trabajo periodístico ofrece para testificar la realidad social en los momentos históricos presentados en el proyecto, es decir el lustro 2010-2015, retomamos las palabras de la investigadora Lila Luchessi quien asegura que “el periodismo ya no representa un lugar de autoridad, sino de organización de un saber que se comparte”. Construir la agenda política de cara al público es parte de esa tarea de compartir. Y para ser respetuosa del derecho a la comunicación, tal agenda tendrá que ser completa en temas y en actores; tendrá que representar la pluralidad de cuestiones y enfoques y la diversidad de los actores presentes en el escenario. Será una forma de atenerse a la verdad informativa entendida como la realización

del derecho de todo individuo y de todo colectivo social a una información veraz.

La concreción de este tramo de un trabajo que esperamos poder continuar, ha sido enriquecedora para el grupo y a la vez nos ha permitido emprender una variedad de lecturas sobre el campo político y comunicacional de suma actualidad, consolidar algunos presupuestos que compartimos como grupo de trabajo respecto al momento de transición político en la región, de un populismo intenso a un conservadurismo liberal, al reconocimiento de que la agenda latinoamericana tiene una impronta propia y que los medios masivos se reacomodan en torno a procesos políticos regionales de un modo más provocador, ofensivo y concentrado.

En un sentido autocrítico y como dificultades a mencionar, podemos señalar que sería oportuno un mayor acercamiento al caso colombiano, por tratarse de un asunto que excede una agenda temporal, en el sentido que el curso de acción futura de la firma del acuerdo de paz traería consecuencias a mediano y largo plazo en la sustentabilidad institucional de ese país. Lo mismo amerita la situación venezolana, toda vez que las repercusiones de lo que allí acontezca en materia social y en el ejercicio de las formas de poder ofrecerían nuevas lecturas sobre el devenir de los progresismos efectivamente existentes. Todo ello constituye una tarea pendiente para una segunda etapa del trabajo como así también la profundización de algunas ideas sobre la “democratización” de las comunicaciones en la región, la confrontación entre proyectos políticos y presión mediática y una evaluación sobre las perspectivas de desarrollo económico y social en los países tomados como eje de estudio.

## Referencias

- ASOCIACIÓN DE CONCEJALAS DE BOLIVIA (ACOBOL). (2005). “Experiencias de alcaldesas y concejalas de Bolivia. Nuestra contribución a los Municipios”. Recuperado en: <http://www.aeci.int.bo/documentos/documentos%20Bolivia/CUADERNOS>
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS COMUNITARIOS, ALTERNATIVOS Y LIBRES DE LA BOLIVARIANA VENEZUELA (ANMCLA), (2008). “Venezuela: Medios Comunitarios, Libres y Alternativos. Somos expresión de la multitud”. Disponible en: <http://vocesurgentes.codigosur.net/leer.php/3369674.html>.
- BARANCHUCK, M. (2010). “Una historia de la aprobación de la ley 26.522 de SCA (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones)”, en AFSCA: Ley 26.522 de SCA. Historia, antecedentes europeos y principales artículos. Buenos Aires: AFSCA.
- BECERRA, M. (2015). De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina. Buenos Aires: Paidós.
- BIZBERGE, A., MASTRINI, G. y BECERRA, M. (2011). “La Televisión Digital Terrestre en Argentina: entre la geopolítica regional y la iniciativa estatal”. En A. Badillo y F. Sierra (Coords.), La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y prospectiva (pp. 193-221). Quito: Ciespal.
- CARCIONE, Carlos, (2017). “Nos estamos moviendo entre la falsa Constituyente de Maduro, la guerra civil/aplastamiento que propone Atilio Borón o la recuperación de la vigencia de la Constitución del 99”. Disponible en <https://www.aporrea.org/ddhh/n309525.html>
- COMITÉ PARA LA ELIMINACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN CONTRA LA MUJER. (2014). Contribuciones sobre el quinto y sexto informe estatal. Recuperado en: [http://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/BOL/INT\\_CEDAW\\_NGO\\_BOL\\_18421\\_S.pdf](http://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/BOL/INT_CEDAW_NGO_BOL_18421_S.pdf)
- COMITÉ PARA LA ELIMINACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN CONTRA LA MUJER. (2015). Observaciones finales sobre los informes periódicos quinto y sexto combinados del Estado Plurinacional de Bolivia. Recuperado en: <http://www.acnur.org/fileadmin/scripts/doc.php?file=fileadmin/Documentos/BDL/2016/10841>
- ELÍAS, Antonio (2006). Los gobiernos progresistas en debate. CLACSO. Buenos Aires.
- Informe Anual sobre situación en Venezuela 2004-2005: Ejercicio de la

- libertad de expresión por medios de comunicación comunitario. S/d. Disponible en [http://www.apc.org/apps/img\\_upload/irlacdocumentos/ALC\\_Informe\\_situacion\\_en\\_Venezuela.pdf](http://www.apc.org/apps/img_upload/irlacdocumentos/ALC_Informe_situacion_en_Venezuela.pdf)
- KRIGER, C. (2009) Cine y Peronismo. El Estado en escena. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- MACHADO, Decio y ZIBECCHI, Raúl, (2016). “Cambiar el mundo desde arriba. Los límites de los progresismos”, Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), La Paz.
- MANIFIESTO DEL MOVIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y COMUNITARIA DEL PODER POPULAR, (2015). Disponible en: <http://www.resumenlatinoamericano.org/2015/02/08/venezuela-manifiesto-del-movimiento-de-la-comunicacion-alternativa-y-comunitaria-del-poder-popular/>
- MANIFIESTO DEL MOVIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN POPULAR, (2015). Disponible en <http://guapotori.blogspot.com.ar/2015/02/manifiesto-del-movimiento-de-la.html>
- MUJICA, Pedro (s/a). “Los medios comunitarios en Venezuela”. Disponible en [http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/mujica\\_p.pdf](http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/mujica_p.pdf)
- NATANSON, José (2010). “Medios y “Nueva Izquierda”: algunos apuntes impresionistas”, en Rincón, Omar (ed.). “¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina”, pp. 15-22. Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá.
- NICOLOSI, A. P. (2014) La televisión en la década kirchnerista: democracia audiovisual y batalla cultural. (Comp.). Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- PÉREZ, Johanna, (s/a). “Comunicación Alternativa en Venezuela: cambios y continuidades”, Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV, Caracas. Disponible en <https://visionesyficciones.files.wordpress.com/2013/03/ponencia-congreso-oncti-peii-comunicacion-alternativa-en-venezuela.pdf>
- PLAN NACIONAL DE LA COMUNICACIÓN POPULAR (2015-2019). Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. Disponible en <http://minci.gob.ve/2015/10/plan-nacional-de-la-comunicacion-popular-2015-2019/>
- RINCÓN, Omar (ed.). “¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina”. Centro Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá.
- SÁNCHEZ, Carmen. (2015). “Detrás de los números. Las trayectorias de

- la paridad y la igualdad en un contexto patriarcal”. Coordinadora de la Mujer. La Paz, Bolivia.
- SCHMUCLER, Héctor (1997): Memoria de la comunicación, Editorial Biblos, Buenos Aires.
- SVAMPA, Maristella, (2017). “Del cambio de época al fin del ciclo. Gobiernos progresistas, extractivismo y movimientos sociales en América Latina”, Edhasa, Buenos Aires.
- VILLALOBOS FINOL, Orlando, (s/a). “Los medios comunitarios en Venezuela: presencia, conflictos y retos actuales”. Disponible en <http://clacpi.org/observatorio/los-medios-comunitarios-en-venezuela-presencia-conflictos-y-retos-actuales/>

## Fuentes Consultadas

- Decreto 1148/2009. Consultado el 08 de mayo de 2017 en Infoleg: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/157212/norma.htm>
- INCAA-TDA (2010-2011-2012-2013-2014) Anuarios de la Industria del Cine y la Televisión Digital. Producidos por la Gerencia de Fiscalización del INCAA, Buenos Aires. Consultado el 10 de marzo en: [www.incaa.gov.ar](http://www.incaa.gov.ar)
- Ley N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Consultado el 08 de mayo de 2017 en Infoleg: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=158649>
- Ley N° 243. Ley contra el acoso y la violencia política hacia las mujeres. 2012. Disponible en: [https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/CAPEL/10\\_2013/d447c220-89f6-4da9-8932-3f5bb05fe41a.pdf](https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/CAPEL/10_2013/d447c220-89f6-4da9-8932-3f5bb05fe41a.pdf) (Bolivia)
- Ley N° 348. Ley Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia. 2013. Disponible en: [https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/CAPEL/10\\_2013/d447c220-89f6-4da9-8932-3f5bb05fe41a.pdf](https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/CAPEL/10_2013/d447c220-89f6-4da9-8932-3f5bb05fe41a.pdf) (Bolivia).
- <http://www.conatel.gob.ve/>
- <http://www.questiondigital.com/>
- <https://www.aporrea.org/>



## Parte 2.



**Artículos complementarios al  
programa de investigación y a  
la red COMEDHI**





## Capítulo 4.

### **El Mercurio Peruano del siglo XVIII: Pensamiento pedagógico de la Sociedad de Amantes del País**

---

Rafael Ojeda<sup>36</sup>

#### **Resumen:**

Durante la última década del siglo XVIII, confluyeron en la capital peruana cuatro publicaciones periódicas: el *Diario de Lima*, el *Mercurio Peruano*, el *Semanario Crítico* y la *Gaceta de Lima*. De estas, ha sido el *Mercurio Peruano*, vocero de la Sociedad Académica de Amantes del País, el papel periódico más representativo de las dimensiones que fue alcanzando el espíritu de la Ilustración en nuestro país, convirtiéndose en el medio canalizador, por excelencia, de los primeros efectos de la constitución identitaria, nacional y modernista gestionada para el Perú.

#### **Palabras clave**

Publicaciones - Ilustración - Constitución Identitaria - Perú

---

<sup>36</sup>Escritor e investigador de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú.

## Introducción

Una de las características más saltantes del espíritu filosófico-político de la Ilustración fue su disposición por enseñar y llevar las luces de la razón a una población atrapada aún en las redes ideológico-teológicas y el discurso elitista y místico propugnado por la escolástica, discurso que promovía, en pleno Siglo de las Luces, un “oscurantismo” religioso plagado de intolerancia y superstición; por lo que, en pos de desplegar una pedagogía liberadora, los ilustrados se caracterizaron por su alta producción librea, enciclopédica y periodística, pero sobre todo por un ímpetu educacional y racionalista que fue marcando el discurso crítico de la *Sociedad de Amantes del País*. Es por ello que existió una intensa relación entre el discurso de la Ilustración y la ideología de la “ciudad letrada”. Lo que determinó, debido a la exigencia ideológico-populista del iluminismo y la proclamada analogía entre educación, periodismo e ilustración, aquella prolífica producción editorial característica a los años finales del siglo XVIII. Algo verificable en todo Hispanoamérica, debido a que casi todas las *Sociedades Económicas* hispanoamericanas llegaron a tener por vocero oficial un papel periódico.

Los pensadores ilustrados del siglo XVIII, a diferencia de los letrados y sabios del siglo XVII, que permanecían enclaustrados en bibliotecas y solían abandonar su retiro solo para dictar solemnes conferencias dirigidas a un grupo reducido de iniciados, preferirán “la llana e indirecta vinculación con el público a través de los periódicos, para, de esta manera, servir mejor a sus deseos de conducir al pueblo, divulgando la razón” (Macera; 1955: 56). Algo que en el Virreinato del Perú, fue ayudado por las favorables circunstancias políticas, intelectuales y sociales, debido al carácter de distensión colonial, en un período de relativa apertura y tolerancia, como ha sido el borbónico de la segunda mitad del siglo XVIII. Período en el que el pensamiento ilustrado fue acentuando su influencia, desde un proceso de asimilación y formación

intelectual, ideológico y racionalista, que fue gestándose como la enseñanza preliminar de la acción política emancipatoria que se desencadenará durante los primeros años del siglo XIX.

Esa tendencia cultural-racionalista de la Ilustración, que se fue asentando no sin resistencias en el Perú de la segunda mitad del siglo XVIII, hasta copar otros ámbitos culturales, extrauniversitarios, pues las universidades coloniales funcionaban aún como el reducto del conservadurismo escolástico, canalizándose su liberalismo sobre todo en las páginas del *Mercurio Peruano*, periódico vocero de la *Sociedad Académica de Amantes del País*, cuyos afanes ilustrados, fueron determinando la irrupción de una sensibilidad territorial nueva, que, como proyecto de acción, fue trazando un plan que implicaba la racionalización integral del país, tanto en sus dimensiones físicas como conceptuales. Y la difusión de una conciencia iluminista, que los *Amantes del País*, desde la circulación del “Prospecto” del *Mercurio Peruano*, desean afirmar. En este “Prospecto” firmado por Jacinto Calero y Moreira, aunque la autoría parece ser más bien de José Rossi y Rubí, llegan a afirmar que es desde la adopción de los periódicos desde donde se podría fijar los inicios de la Ilustración:

Todavía nos hallaríamos dependientes de la instrucción cenobítica, si el prodigioso y utilísimo invento de la prensa no hubiese generalizado las ideas de literatura, facilitando al mismo tiempo su estudio y su adquisición. La prensa asoció los ingenios de todo el orbe; y por medio de ella se transmitieron las meditaciones del adusto hyponense hasta los últimos britanos.(...) Entre los diversos objetos que ocuparon las prensas, ninguno fue más útil que el de los papeles periódicos. Desde la adopción de ellos se puede casi fijar la época de la ilustración de las Naciones. (*Mercurio*, “Prospecto” 1: [2]).

Tal vez por ello cabe decir que una empresa tan ambiciosa como la del periodismo tardocolonial, que tenía como prerroga-

tiva encarnar el espíritu germinalmente peruano de la Ilustración, además de apuntar a la elaboración, publicación y divulgación de múltiples materias, morales y naturales, organizadas sintéticamente con el fin de esbozar una visión didáctica y totalizadora del saber, no tuvo un camino fácil. De ahí que resulta bastante instructivo el párrafo correspondiente a la “Introducción al tomo VII del *Mercurio Peruano*”, escrito por José Rossi y Rubí, publicado el 3 de enero de 1793, fragmento que nos introduce al complicado escenario de lectores promedio, referido a lo relativo al gusto y la aceptación que tenían las publicaciones e impresos de aquellos años. Por lo que, en este contexto, la aparición del *Mercurio Peruano*, viene a funcionar como una propuesta a contracorriente, debido a las predilecciones foráneas, cosmopolitas y frívolas de los lectores no ilustrados:

Cuando empezamos a escribir para el *Mercurio*, en Lima no estaba todavía bien formado el gusto a favor de los *Periódicos*. Leíanse por algunos pocos literatos el *Espíritu de los mejores Diarios*, el *Semanario erudito*, el *Mercurio Político & C.* Pero la mayor parte confundía los papeles como el nuestro, con las Gacetas. (...) Nos fue preciso excitar la curiosidad. Estudiábamos el gusto del público, y los complacíamos con unos escritos varios amenos y ligeros. (*Mercurio* 7: 7).

Es evidente que los editores y redactores del *Mercurio Peruano* eran bastante conscientes de los límites que le imponía el campo periodístico y los gustos de lectura coloniales “no tan excelsos y restringidos por una moda letrada que imponía la necesidad y el gusto por asuntos frívolos”, que perjudicaban los objetivos ilustrados de sus gestores, que consideraban, debido a esto, que hacia 1793, no habían aún producido, en su periódico, “cosas grandes o inauditas”, y que, de no mediar este obstáculo, su empresa hubiera alcanzado “un mérito superior al que tiene”, pues, según decían:

Los comerciantes querían darnos reglas sobre los rasgos de minería, y los *chacareros* nos aconsejaban sobre el modo de tratar las materias de náutica e historia eclesiástica. Como necesitábamos el sufragio de todos ellos, temíamos chocar con sus opiniones y su agrado. ¡Ah! Cuantas veces deseamos poder admitir en nuestro caso, y estampar como nuestra aquella respuesta que dio Eurípides en público teatro, a los atenienses espectadores de una de sus tragedias, de la cual querían mutilar un cierto pasaje: yo no compongo mis obras para aprender de vosotros, sino para enseñaros (*Mercurio Loc. cit.*).

Una presión económico-comercial que hizo que ceder se les haga más imperativo aún, pues eran conscientes de que, sin la cooperación del público, la subsistencia del *Mercurio* estaría en peligro; pues su publicación estaba vinculada privativamente solo al sacrificio económico voluntario de sus gestores. Sobre todo, porque “La mayor parte de sus gastos [del *Mercurio*] cargaban sobre nosotros directamente, y en ellos hemos invertido los sueldos y demás proventos, que ganamos con el sudor de nuestras frentes en los respectivos destinos en el que la Providencia nos ha constituido” (*Mercurio* 7: 8).

### **1. El *Diario de Lima*, el *Mercurio Peruano* y el *Semanario Crítico***

El Perú, de la última década del siglo XVIII, experimentó una eclosión de publicaciones que no eran órganos del Estado -además de la *Gaceta de Lima* que volvió a publicarse en 1793, cuando aún circulaba el *Mercurio Peruano*-, y que pese a su corta existencia inauguraron sentidos nuevos para la prensa peruana y latinoamericana. Iniciándose ese viraje nacional-localista que hacía que en estos no se publicase necesariamente noticias llegadas

del exterior del país, sino que preferentemente se detuvieran en sucesos peruanos. Publicaciones que contaron con cierta organización y periodicidad, pues no dependían de noticias llegadas del exterior, lo que los fue convirtiendo en los primeros periódicos verdaderamente peruanos publicados durante la colonia: el *Diario de Lima*, de Jaime Bausate y Mesa; el *Mercurio Peruano*, de la *Sociedad Académica de Amantes del País* y el *Semanario Crítico*, de Juan Antonio Olavarrieta.

El *Diario de Lima* fue un medio sin pretensiones políticas, que apuntaba únicamente al entretenimiento y solaz de sus lectores (Macera; 1977: 328). Su primer número apareció el 1 de octubre de 1790, bajo el título integral de *Diario de Lima, curioso, erudito, económico y comercial*<sup>37</sup>, y que -como lo suscribiera en su *Análisis del Diario* o prospecto- buscaba despertar en toda clase de ciudadanos, la aplicación y el gusto por el estudio, además de publicar, entre sus notas de interés local, anuncios de compra-venta, alquiler y noticias sobre el arribo y salida de naves del puerto. Su creador, el español Jaime Bausate y Mesa ofrecía comodidades increíbles a los suscriptores, promesas que pronto hallaron un eco favorable, pues por el precio de quince reales al mes, un criado les llevaría el periódico a las nueve de la mañana a seis lugares de la ciudad -la Plaza Mayor, la Inquisición, San Juan de Dios, Santa Ana, Nazarenas y la esquina de las Campanas- donde se “instalarían “caxas” o buzones para que los vecinos depositasen papeletas con las noticia que quisieran dar a conocer. El editor se comprometía a tratar, en beneficio de “la pro-común, la más grande diversidad de materias, extrayéndolas de los mejores papeles” (Porras; 1970: 9).

Pronto, el *Diario de Lima* tuvo una expansión nacional importante, pues su circulación fue extendiéndose más allá de los límites de la capital y llegó a circular en Huancavelica, Huanta,

---

<sup>37</sup> El prospecto del *Diario de Lima* circuló en agosto de 1790, bajo el nombre de *Análisis del Diario*.

Huamanga, Cusco, Ica, Palpa, Nazca, La Paz, Potosí, La Plata, Pasco, Tarma, Huanuco, Arequipa, Moquegua, Tacna y Cajamarca; hasta que, debido a dificultades económicas, dejó de publicarse el 26 de septiembre de 1793. No obstante, su editor Bausate y Mesa, “aunque extraño a la tierra y de escasa cultura, supo descubrir la nota aún inédita del localismo”, (Temple; 45), capturando en sus páginas la efervescencia social y la animación propia de la vida cotidiana limeña de fines de siglo XVIII. Además de ser el “primer cotidiano regularmente publicado en el imperio hispano, puesto que sus equivalentes de otras colonias no salieron a la luz hasta inicios del siglo XIX: en 1805 el *Diario de México*, en 1807 el *Diario Mercantil de Veracruz* y en 1811 el *Diario de La Habana*” (Clément; 1:15).

En el caso del *Mercurio Peruano*, pese a que el *Prospecto del papel periódico intitulado el Mercurio Peruano de historia, literatura y noticias públicas* había circulado ya durante el último mes de 1790, el primer número saldrá a la luz al iniciarse el año siguiente, el 2 de enero de 1791, tres meses después del *Diario de Lima*. En tanto, el primer número del *Semanario Crítico*, aventura personal del sacerdote franciscano español Juan Antonio Olavarrieta<sup>38</sup>, cuyo *Prospecto* ya había circulado desde el 5 de junio de 1791, apareció el 12 de junio. Sus ejemplares, por lo general de ocho páginas, aparecían todos los domingos y circularon alrededor de cuatro meses, haciendo justicia además a su adjetivo “crítico”; pues apuntaba a “criticar las costumbres públicas con los principios de la razón moral filosófica” (Temple; 1943: 450), temas de apuntar a la educación física, moral y política de los hijos, así como asuntos de historia natural, anatomía, teatro, diversiones, tertulias y noticias públicas. Y, en sus casi cuatro meses de circulación, alcanzó a publicar 16 números, caracterizándose por su

---

<sup>38</sup> El sacerdote franciscano Juan Antonio de Olavarrieta, español nacido en 1763, en Munguía (Vizcaya), llegó a Lima, como capellán de la fragata Nuestra Señora de Los Dolores, el 21 de abril de 1791. Un mes y medio después anuncia la publicación de su *Semanario Crítico*.

abierto enfrentamiento contra el *Mercurio*; al poner en tela de juicio los estudios científicos allí publicados y acusándolos además de plagiarios. Pues, a decir de Olavarrieta, los mercuristas robaban “producciones comerciales (y las estampan) como parto del propio ingenio”<sup>39</sup>. Además de esgrimir duras críticas “antiamericanas” que exaltaron aquella acre rivalidad existente entre criollos y peninsulares (*Semanario* 3: 24).

## 2. La Sociedad Académica de Amantes del País

No obstante haberse visto<sup>40</sup> en las tertulias y cafés limeños, algunas inquietudes precursoras del espíritu de asociación para la difusión y articulación de ideas. Clément ha escrito que la creación de la *Sociedad Académica de Amantes del País*, en el Perú -como en otros lugares del continente-, obedeció también a un fenómeno “muy de moda en el Antiguo Régimen, las reuniones literarias, que nacidas en la Francia en pleno siglo XVII (los “salones” de Mme. de Rambouillet, Ninon de Lenclos o Mme. de la Sablière)”, como formas nuevas de sociabilidad, que terminaron por triunfar sobre las tertulias tradicionales. “Es interesante resaltar, a este respecto, que uno de los primeros casos españoles de este nuevo tipo de veladas es el famoso círculo de amigos que reunía en su casa de Sevilla el limeño Pablo de Olavide, Intendente de Andalucía” (Clément; 1997: 21-22). Agregando que fue a principios del siglo XVIII en el que empiezan a formarse en el Perú, las primeras asambleas a imitación de las europeas y españolas: la del marqués de Castell-Dos-Rius (1707-1710), que reunía,

---

<sup>39</sup> *Semanario Crítico*, N° 3, p 24. citado en Zamalloa Armejo (1993, 114).

<sup>40</sup> Macera ha dicho que antes de la Academia Limana, La Academia Filarmónica y la Sociedad de Amantes del País, se pueden citar algunos signos precursoros del deseo de asociación ilustrada, que tiene como “signos precursoros de esta nueva pasión por “unir al hombre con el hombre –como dice el *Mercurio*- en el comercio delicioso de las ideas”. Son ellos las tertulias y los cafés limeños” (Macera 52).

en el palacio virreinal, entre 1709 y 1710, a aristócratas, altos funcionarios, sacerdotes e intelectuales, todos personajes eruditos y de alto rango. Reuniones que tenían una organización fija, de sesiones regulares, todos los lunes, en el palacio, y se cree que el virrey, como organizador del grupo, era “el presidente” y que Diego Rodríguez de Guzmán era el “secretario”. Todo esto prefiguraba ya la estructura de la Sociedad Académica que aquí nos interesa: la *Sociedad Académica de Amantes del País* (*Ibid.* 22).

Uno de los antecedentes directos de la *Sociedad de Amantes del País* debió ser la asamblea literaria constituida en la época del Virrey Agustín de Jáuregui, llamada la *Academia de la Juventud Limana*, de la cual el *Mercurio Peruano* da noticias en sus números 163 y 164 (5: 202-211), publicándoles el “Discurso inaugural pronunciado el 21 de abril de 1783” por uno de sus socios, en el que se manifiesta la voluntad de estos por servir a la “Patria”: “El amor de la Sociedad y de la patria nos mueve hoy a erigir, aunque privada esta academia (...) Y ciertamente, reuniéndonos en este cuerpo que tienen por objeto el cultivo de las ciencias, encontráis el arte de hacer a la nación feliz” (*Ibid.* 209). Emoción patriótica y de servicio social, al parecer bastante afín a los ideales de los *Amantes del País*, lo que hizo que al final de la nota de presentación, los editores del *Mercurio*, escriban de dicha *Academia*: “Aún no dudamos añadir, que el amor de la ilustración y de la patria, que comenzó a fermentar en los corazones de aquellos jóvenes, no influye poco en la continuación de las tareas del *Mercurio*” (*Ibid.* 211).

Es probable, por los datos que nos da en la “Historia de la Sociedad Académica de Amantes del País” (*Mercurio*; 1: 49-52), que la *Academia de la Juventud Limana* fuera el grupo del que se derivara después la *Academia Filarmónica*<sup>41</sup>, que luego dará ori-

---

<sup>41</sup> También llamada, en algunas ocasiones, *Sociedad Filarmónica*: “Ya entonces, es decir el 21 de enero de 1791, después de anunciarse haberse titulado en su situación naciente Sociedad Filarmónica la que hoy se nombra Sociedad de Amantes del País, para la publicación de sus frutos literarios, se indicó haberse trazado para su más sólida consistencia un plan de Estatutos, donde el servicio

gen a la *Sociedad Académica de Amantes del País*, aunque no existen datos que ratifiquen esta versión. La “Historia de la Sociedad Académica de Amantes del País” nos dice que hacia el año 1787, José Rossi y Rubí (alias *Hesperiófilo*), consultor en el Tribunal de Minería, puso fin a sus viajes, se domicilió en Lima y en uno de sus paseos por Lurín<sup>42</sup>, conoció a José María Egaña (alias *Hermágoras*), Demetrio Guasque (alias *Homótimo*) y *Mindirido* (cuya identidad desconocemos), todos estos bordeaban los 25 años. Para eso, hacía ya varios años que *Hermágoras* organizaba en su casa una “buena tertulia”, a la que también concurrían, además de los dos nombrados, *Agelasto* (del que tampoco sabemos nada) y José Hipólito Unanue (*Aristio*). Grupo que parece haber sido la referida *Academia de la Juventud Limana*, que -como sabemos a partir de su “Discurso Inaugural” publicado en el *Mercurio* (*Ibid.* 209)-, ya se venían reuniendo desde principios de 1783.

Luego de este encuentro, *Hesperiófilo* fue agregado a esta “pequeña Sociedad” o “congreso de filósofos” -como les gustaba llamarse- en el que se trataban únicamente “materias literarias y se examinaban noticias públicas”, que además estaba integrado por tres socias de mérito, de las que solo se conservan sus seudónimos, *Dorállice*, *Floridia* y *Egeria*. El grupo decidió constituirse en la *Academia Filarmónica*, una asociación que funcionó con un horario establecido -las reuniones eran todos los días de ocho a once- y tenían un reglamento preciso: Egaña fue elegido como presidente y Unanue como secretario.

Los miembros de la *Academia Filarmónica* acostumbraban a redactar sus discusiones en actas desgraciadamente desconocidas hoy. Pero quizás muchas de estas, como los posteriores informes de las discusiones de la *Sociedad de Amantes del País*, constituyeron después importantes artículos que aparecieron en el *Mercurio*

---

del público era el numen a que se consagraban enteramente los socios”. (*Mercurio* 10: 136).

<sup>42</sup> Según el texto del *Mercurio*, Lurín en aquella época era habitado solo por indios y era visitado por los “valetudinarios” a causa de su buen clima.

*Peruano* (Macera; 1955, 53). El proyecto parecía marchar viento en popa, hasta que en abril o mayo de 1788, Demetrio Guasque tuvo que volver a Madrid por motivos profesionales, José Rossi y Rubí enviudó y se retiró a llorar a la sierra, *Aristio*-Unanue cayó enfermo y *Mindirido* se casó: la *Academia Filarmónica*, luego de casi un año de actividades, desapareció por ausencia de participantes (Clément; 1: 23). Para, veintidós meses más tarde, hacia el primer trimestre de 1790, gracias al retorno de *Homótimo*-Guasque, que es destinado nuevamente a Lima y al regreso de *Hesperiófilo*-Rossi de los Andes, estos antiguos miembros de la *Academia* vuelven a reunirse con Unanue y Egaña, en la casa de éste último. *Mindirido* y *Agelasto* deciden no participar debido a ocupaciones personales. No obstante, anhelando asuntos científicos en los que ocupar sus talentos, los cuatro filarmónicos restantes deciden continuar y, conviniendo que a partir de la fecha todas sus disertaciones tendrían que ser por escrito y dieron a esta nueva *Sociedad* el “lisonjero nombre” de *Amantes del País* (*Mercurio*; 1: 51).

En esta decisión de registrar en escritura sus disertaciones, pese a su reclamada “humilde desconfianza que les negaba siempre dar a estas obras el honor de la prensa”, se encuentra aquella obsesión ilustrada, como necesidad de perennizar sus discusiones para sacarlas de las cuatro paredes de la casa de *Hermágoras*-Egaña y puedan éstas servir así más al país objeto de sus amores, debido al carácter filosófico, científico y literario y a la presumible viabilidad de estas disertaciones. Pues, “Estas piezas, juntas a los fragmentos que todavía conservábamos de las otras de igual naturaleza hechas en el tiempo de los congresos Filarmónicos, eran el monumento de nuestra dedicación y amor nacional” (*Ibid.* 51), que solo necesitaban ser divulgados en algún periódico. Lo cual era solo cuestión de tiempo, pues como decían en el *Prospecto*: “Entre los diversos objetos, que ocuparon las prensas, ninguno fue más útil que el de los papeles periódicos. Desde la adopción de ellos [los periódicos] se puede casi fijar la época de la ilustración de las naciones”. (Ver *Prospecto*).

Los miembros de la *Sociedad Académica de Amantes del País* eran jóvenes prominentes de la sociedad cuya empresa era “ser útiles a la patria” y, con excepción de sus dos protectores, pertenecían a las categorías intermedias<sup>43</sup> y a la jerarquía social colonial, ligados profesionalmente a la gestión del gobierno: “empleados algunos en el servicio del Rey, otros graduados en los diversos ejercicios de la universidad, otros ministros de altar” (*Mercurio*; 7:6). Entre estos suelen destacar José Rossi y Rubí, consejero del Real Tribunal de Minería, italiano de nacimiento; José María Egaña, Teniente de Policía de la capital virreinal; José Javier de Baquijano y Carrillo, catedrático de Derecho en la Universidad de San Marcos, conocido ya por su discurso de bienvenida que hiciera al Virrey Jáuregui: *Elogio del Excelentísimo Señor Don Agustín de Jáuregui* y que heredó tras la muerte de su hermano mayor, en 1809, el título de conde de Vista Florida, además de ser integrante de la *Sociedad Económica Vascongada de Amigos del País*; José Hipólito Unanue, Catedrático de Anatomía y Cosmógrafo Mayor del Reino en 1793, elaboró durante cinco años la *Guía política, eclesiástica y militar del virreinato*; Demetrio Guasque, archivero de la Secretaría de Cámara del Virreinato; Ambrosio Cerdán de Landa y Simón Pontero, nacido en Barcelona, doctor en Derecho y condecorado con la Orden de Carlos III; Fray Diego Cisneros, clérigo español de la Orden de los Jerónimos del Escorial, quien asumió los gastos de la publicación del tomo XII del *Mercurio Peruano*<sup>44</sup>.

La *Sociedad Académica de Amantes del País*, como todas las sociedades surgidas en el siglo XVIII, funcionó en base a un plan de Estatutos, bajo protección de la autoridad Real<sup>45</sup>, concebida en

---

<sup>43</sup> Macera sugiere que esta posición social intermedia favoreció la dedicación de los *Amantes del País* a las labores de la inteligencia, pues a ella le debían su ubicación social: “hubo en la Sociedad de Amantes del País un grupo de hombres que se dedicaron a la inteligencia, en gran parte, porque todo se lo debían a ella” (1955, 54-55).

<sup>44</sup> Para ver la larga lista de constituyentes de la *Sociedad Académica y redactores del Mercurio Peruano*, véase *Mercurio* (7: 19-23).

<sup>45</sup> Es evidente que la *Sociedad de Amantes del País* tenía necesidad preteroria de

veintitrés artículos, en el que el servicio público era el propósito al que se consagraban sus socios. Éstas “constituciones de gobierno” fueron dadas a conocer recién en el número 329, del 27 de febrero de 1794 (*Mercurio*; 10: 137-142), cuando Ambrosio Cerdán fungía de presidente. Esto debido a que el proceso de aprobaciones y autorizaciones virreinales y reales era bastante lento.

Se suele ubicar a los gestores del *Mercurio Peruano* como un grupo eminentemente criollo, no obstante Macera (1977) sostiene que no se debe identificar el periodismo mercurial con el criollismo, pues “entre sus redactores hubo tantos españoles como criollos. Recordemos que, si bien el criollo Baquíjano presidió a los *Amantes del País*, también lo hizo el español Diego Cisneros y que muchos de los artículos del *Mercurio* (en algunos meses la mayoría) fueron escritos por españoles” (2: 329-330). Mas, hay cierta unidad programática que los aglutina como grupo, dándoles personalidad colectiva, mentalidad común y comunidad ideológica, algo que resume una conciencia criolla que les va dotando de un sentimiento de correspondencia y pertenencia pues, en la *Sociedad Académica* “Todos sus individuos piensan de un mismo modo cuando se trata del servicio de la Patria y de la Nación”<sup>46</sup> (*Mercurio*; 7: 11) y son “todos iguales en cuanto a la pasión que los conduce a amar y servir al Perú” (*Ibid.* 19), no obstante sus diferencias de origen o que sus artículos estén firmados a título personal, por cada uno de sus autores.

---

oficializarse y obtener la protección real para seguir subsistiendo, lo cual se desprende de continuas alocuciones como ésta: “La Sociedad llena entonces del más sólido gozo, al verse objeto de las miradas soberanas desde el Trono Augusto, desahogó, por el conducto recomendable del Excmo. Sr. Virrey, los más sumisos y tiernos sentimientos suyos en una Representación respetuosa”. (*Mercurio*; 10: 148).

<sup>46</sup> Resulta sintomático saber que quien escribe esto es José Rossi y Rubí, de origen italiano, que se afirmaba, según dicta su pseudónimo “como defensor de todo lo que se sitúa al oeste de Europa”, es decir América (Clément; 31), y que asumirá la defensa de la Patria en la polémica contra el editor del *Semanario Crítico*, el español Juan Antonio de Olavarrieta.

López Soria ha dicho que una prueba evidente de que existe entre ellos una comunidad ideológica es el uso continuo en las “Introducciones” de la forma pronominal “nosotros”; además de las respuestas a los ataques de los que fue objeto el *Mercurio*, que posibilitaron se patentice y afiance una conciencia grupal, orgullosa de una filosofía que puede contribuir a la transformación general de la sociedad y deseosa de “ser útiles a la patria”:

Esta misma forma, que atribuye a un nosotros la paternidad de la ideología mercurista, se advierte en las notas escolios y glosas a las cartas remitidas a la *Sociedad*. Por otra parte, la *Sociedad de Amantes de Lima* tenía unas constituciones que regulaban su vida académica y su filosofía. Sus miembros que pertenecían al grupo rector de la estructura social del Virreinato, participaban de los mismos sentimientos, perseguían los mismos intereses y obedecían a las mismas vigencias culturales. Cierta espíritu innovacionista, dentro del marco reformador borbónico, apetencia a una libertad moderada, respecto hacia los sagrados derechos del Estado y de la Iglesia, aceptación acrítica de la estructura social, rechazo del especulacionismo de las formas del pensamiento tradicional, adhesión tímida a la ideología de la *Aufklärung*, defensa del tecnicismo en los procesos de producción, alabanza de las virtudes típicas del buen burgués, serían algunas notas típicas de la ideología de la *Sociedad*. (López Soria; 1972, 20-21).

El *Mercurio Peruano* fue obra de la *Sociedad Académica de Amantes del País*. Estos albergaban, en su asociación, una identidad societaria y funcional, que le fue dando cierta homogeneidad a sus convicciones. A partir de ideales reformistas, principios ilustrados y emociones patrióticas compartidas, que extendían sus conocimientos y reforzaban unicidad y conciencia grupal: “La primera ventaja que reporta el hombre constituido en *Sociedad*, es

la de ensanchar sus ideas y pensar con más uniformidad: nosotros experimentamos esta verdad desde los principios. Soberbios de nuestra unión y resueltos a conservarla, tratamos de darle toda la consistencia que cabe en lo humano” (*Mercurio*; 1: 50).

## 1. Los Amantes del País como gestores del *Mercurio Peruano*

La “Historia de la *Sociedad Académica de Amantes del País*” nos dice que fue en agosto de 1790, cuando Jaime Bausate y Mesa publica el proyecto del *Diario de Lima*, titulado *Análisis*<sup>47</sup>, éste les “franqueó” un camino plausible para que hicieran públicas y útiles sus tareas al ser llevadas a la prensa. Pues, a decir de los integrantes de la *Sociedad*, el *Diario de Lima* “dejaba un hueco bastante para las materias que se agitaban en nuestros discursos académicos” (*Mercurio*; 1: 51), por lo que decidieron lanzar su propio periódico. Y como los cuatro no se sintieron suficientes para afrontar una empresa editorial de tal envergadura, convocaron a Jacinto Calero y Moreira (*Crisippo*) –que refrendará el *Prospecto*–, con quien dieron inicio a la labor de publicación periódica del *Mercurio Peruano*.

A este grupo se sumarán después, en clase de socios de mérito, algunos clérigos ilustrados de la capital, como fray Tomás Méndez y Lachica (*Teagnes*), fray Francisco Gonzáles Laguna (*Timeo*) y fray Francisco Romero (*Hypparco*) y en calidad de Socios protectores, *Básilides* y *Paladio*, personajes de los que se desconoce sus nombres reales; además de la distinguida presencia de José Baquíjano y Carrillo (*Cephalio*) y el padre Diego Cisneros (*Archidamo*), a decir de José Rossi y Rubí, autor de la “Historia de la *Sociedad Académica*”: “dos genios superiores, que nos auxilian con sus lu-

---

<sup>47</sup> El proyecto de publicación del *Diario de Lima*, se anticipó solo en algunos meses al *Prospecto del Mercurio Peruano*, publicado en diciembre de 1790. Este dato confirma además que los Amantes del País ya existen desde los primeros meses de 1790. Ver Clément (1997, 26).

ces y recomiendan para con el público nuestra obra” (*Mercurio*; 3: 172). Además de la figura de Toribio Rodríguez de Mendoza, Rector del Real Convictorio de San Carlos.

Muchos suelen ver en la *Sociedad Académica de Amantes del País* únicamente al grupo editor del *Mercurio Peruano*, porque la importancia del papel periódico terminó por opacar las demás actividades de ésta *Sociedad*. Ambrosio Cerdán, en su informe sobre los “Progresos y estado actual de la *Sociedad de Amantes del País*”, de 1794 (*Mercurio*; 10: 145), refiriéndose a sus inicios, ha escrito: La “*Sociedad Académica de Amantes del País*... por entonces era una asociación de varios literatos que voluntariamente dedicaban sus tareas al *Mercurio*”. Lo cual ha reforzado afirmaciones como las de Clément, que incide en esa noción de empresa editorial:

Lo esencial de estas reuniones, su objeto casi único, es la publicación del *Mercurio Peruano*. A mediados de cada cuatrimestre, el Secretario reparte entre los académicos los temas que han de tratar y fija la fecha en la que tienen que entregar el fruto de sus reflexiones (art. XIX). Tampoco se olvida del problema financiero, aconsejando los mayores ahorros posibles (art. XX) y pidiendo a cada uno sugerencias para mejorar los ingresos (art. XXI), puesto que, desde los primeros momentos, las suscripciones no parecen abonarse de manera satisfactoria (Clément; 1997, 27)<sup>48</sup>.

Pero, la *Sociedad de Amantes del País* fue algo más que un grupo editorial<sup>49</sup>, pues, si bien es cierto, las habituales discusiones

---

<sup>48</sup> Para consultar los XXIII artículos del Estatuto de la Sociedad utilizados por Clément ver *Mercurio Peruano* (10: 137-142).

<sup>49</sup> Zeta Quinde dice que La *Sociedad Académica* peruana “se asemeja a las económicas en sus intereses y actitudes. Además, a través de Unanue, la *Sociedad de Amantes del País* se encargó de la edición de las Guías del Perú y fueron de su interés la creación del Anfiteatro Anatómico y el establecimiento de un gabinete de Historia Natural” (2000, 55). En lo referido a Unanue, considero que su labor en las Guías del Perú fue a título personal y no en representación de la Sociedad.

científicas, que fueron redactadas puntualmente, eran el material de publicación del *Mercurio Peruano*, siguiendo el camino de la *Enciclopedia* francesa, éstas obedecían también a un intento de sistematizar el saber en el Perú, como un proyecto de racionalización que buscaba construir y redescubrir la imagen del Perú para los peruanos, en una época en la que la filosofía y la ciencia parecían haber sido reintegradas, nuevamente, a su antigua unidad primaria, por el discurso positivista y renovador de la Ilustración. Definiendo en sus inquietudes científicas aplicadas al Perú, su amor y preocupación por el territorio peruano.

R. J. Shafer ha escrito: “La *Sociedad Académica de Lima* no era realmente una *Sociedad Económica* en su organización o función, desde que, simplemente actuaba como un grupo editorial para el *Mercurio Peruano*, sin embargo, se asemejaba a las *sociedades* en sus intereses y actitudes” (Shafer; 1972: 67). Clément ha agregado que quizá lo más interesante sea “el calificativo de *Académica* ostentado por la *Sociedad* limeña, en vez del habitual *Económica* o del también bastante corriente *Patriótica*”. Ya que estas denominaciones -*Económica* o *Patriótica*- expresan la voluntad de quienes se reúnen bajo este lema, para obrar por “el fomento *económico* del país, único medio, piensan, para servir a su *patria*”. Es así que, en sus directivas para fundar una *Sociedad Económica*, Campomanes utiliza indistintamente, fuera de los consejos que tocan a la *economía*, la palabra *patria* y el adjetivo *patriótico*, en vez del *económico* acostumbrado. Por ello, “Cuando, en 1776, la Sociedad Vascongada crea su propio establecimiento docente en Vergara le da muy naturalmente el nombre de *Seminario Patriótico*” (1997; 1: 29).

No obstante, debido a la particularidad del proceso peruano, con respecto al español, el término que mejor se adecua a la *Sociedad* limeña es *Académica*, pues esta palabra es la que arrastra desde su constitución en *Academia Filarmónica*, cuando se cohesionó el núcleo base que se consolidará, años más tarde, como *Sociedad Académica* -probablemente al estilo de las sociedades económicas

con favor Real, que Demetrio Guasque acababa de ver durante su viaje por España (Clément; 1979: 10)-; además porque las academias, como espacios del saber, correspondían mejor a sus inquietudes literarias, científicas, filosóficas y a la vocación pedagógica del grupo.

Evidentemente “los mercuristas, más que a las *sociedades económicas* peninsulares, se refieren aquí a las *sociedades* científicas europeas, tales como la *Royal Society* de Londres, la *Académie Royale des Sciences* de París o la *Academia Eruditorum* de Leipzig, que publicaban los resultados de sus trabajos en volúmenes anuales”. Pues la *Sociedad Académica* limeña tiene un objetivo más amplio que el de las *Sociedades Económicas* peninsulares: quiere ser *Académica*, porque quiere ser una verdadera *Academia* para el Perú (Clément; 1997 1: 30).

Mas, esta vocación *Académica* que puede verse en las constantes elocuciones científico-filosóficas presentes, a manera de programa de operaciones, en el *Mercurio Peruano*, no obstante que el pensamiento científico de sus autores que a diferencia de las ideas ilustradas de sus pares franceses, continuaba entrampado entre un racionalismo ideológico ilustrado y sus tesis naturalistas biológicas, caras al quehacer científico de la época, los mostraba afectos a un paradigma organicista ya superado en tiempos de apogeo de la tradición mecanicista ilustrada. Además de sostener una moral aún ambivalente, que no por ello dejaba de obedecer a un humanismo modernista; pues, pese a que se habían adherido a una moralidad ilustrada y burguesa, sus integrantes -tal vez debido a que varios de ellos eran sacerdotes de altar- no se habían despojado aún de los rasgos de la ética cristiana: como la práctica humanitaria, que dicho sea de paso, no solo era considerada como un medio para conseguir el equilibrio social sino también como medio para lograr la salvación eterna.

Si bien es cierto que la *Sociedad Académica* ya existe desde los primeros meses de 1790, y el virrey Gil de Taboada había autori-

zado su labor mucho antes de que se hiciera efectiva la Resolución Real, porque pensaba que el papel periódico que los mercuristas editaban, hacía honor al reino por el carácter ilustrado y benéfico de sus escritos, ésta *Sociedad* se constituye como organización recién hacia los meses que van entre 1792-1793, período en el que presentan a las autoridades del virreinato los estatutos que van a regirla. La presentación se hace el 1 de marzo de 1792 (*Mercurio*; 10: 143) y la aprobación virreinal se dará el 19 de octubre del mismo año (*Ibid.* 147), en tanto que la aprobación real se dará recién el 11 de junio de 1793, (*Ibid.* 163-164), con lo que ésta pasará a convertirse en *Real Sociedad de Amantes del País Limano*, bajo la protección del Superior Gobierno. Pues, como la *Sociedad* vascongada, la de Lima, de ser iniciativa privada, obtiene también el apoyo de las autoridades reales, que promovían la creación de estos organismos que hicieron posible la propagación de las Luces en la península ibérica.

Clément cita la carta de aprobación de la *Real Sociedad Vascongada*, Carta de Orden de abril de 1765, como un excelente ejemplo de la política de Estado con respecto a este tipo de organizaciones que, en la península, pasaron a ser promovidas y auspiciadas por la Corona:

Habiendo S.M. examinado las reglas con que dichos caballeros han determinado asociarse, halla que son adaptables al loable fin de su instituto, y muy conformes a las máximas que S.M. procura introducir en sus reinos, para el adelantamiento de las Ciencias y las Artes, cuyo ejemplo quisiera S.M. que imitaran los caballeros de las demás provincias, fomentando, como lo hace la nobleza vascongada, unos establecimientos tan útiles para la gloria del Estado. (Clément; 1: 28). Y, no obstante que la *Sociedad* limeña deseaba alcanzar la Superior aprobación y el patronazgo real, como estrategia de pervivencia de su papel periódico; también aspiraba -tal como sucedió con las *Sociedades* españolas- a una

“oficialización” que le permitiera una mayor eficacia en su labor de ilustración y servicio a la patria. Además de los beneficios que el apoyo superior implicaba. Por lo que escriben:

...nadie ignoraba la gran utilidad y adelantamiento que semejantes *Sociedades* o *Academias* habían dado siempre a la República de las Letras, y que, por las actas o historia de ellas que corren impresas, se conocía el golpe de luz que por las meditaciones y trabajo de sus ilustres individuos habían recibido las matemáticas puras y mixtas, la geografía, la medicina, la botánica y muchas otras ciencias; y que esta utilidad no había sido puro aparato o adorno, sino que había servido mucho a los progresos de la navegación, la agricultura y el comercio, emanando de aquí la predilección con que los Soberanos habían mirado estos cuerpos, honrándolos con su especial protección, y concediendo a sus individuos distinciones y premios, para alentarlos en sus tareas” (*Mercurio*; 10: 145-146).

Las “distinciones y premios” que solían recibir los integrantes de estas *sociedades*, debieron favorecer también a los integrantes de la *Real Sociedad* limeña, pues en la carta de aprobación, fechada el 11 de junio de 1793, firmada por un representante del rey, dirigida al virrey del Perú, Francisco Gil, se estipula: “S. M. ha ofrecido atender el mérito de los autores [del *Mercurio*], y a este fin me ha mandado encargar a V. E. como lo ejecuto, que vaya proponiendo para los destinos que los considere más a propósito, según aptitud y circunstancias” (*Mercurio*; 10: 163-164). Un beneplácito que debió durar muy corto tiempo, si consideramos que el comunicado del virrey con la aprobación Real, dirigido al entonces Presidente de la *Sociedad*, Ambrosio Cerdán, está fechado el 10 de enero de 1794, en tanto, el *Mercurio* dejará de circular, debido al colapso financiero en agosto del mismo año.

No obstante, el corpus ideológico de la *Sociedad Académica de Amantes del País*, había determinado un salto epistemológico considerable, con respecto al pensamiento anterior. Y, si bien sus afanes no representaron necesariamente el paso definitivo de un paradigma mental a otro, de un nivel epistemológico a otro o de una razón providencialista a una iluminista, debido a sus remanentes cristianos, su eclecticismo e hibridez epistemológica y su naturalismo residual premoderno; su ideario implicó un quiebre fundamental, como un momento de apertura eminentemente transicional, que fue sentando las bases y definiendo las estructuras y vías sociales que irán aclarándose más con el liberalismo ideológico y emancipatorio del siglo XIX.

## **2. Pedagogía del *Mercurio Peruano* y didáctica de la ilustración**

Históricamente, podemos ver al *Mercurio Peruano* como una de las más importantes herramientas culturales, pedagógicas e identitarias, catalizadoras de los ideales de peruanidad y modernidad en gérmenes durante esos años. Un papel periódico con el que la *Sociedad de Amantes del País*, llamada indistintamente *Sociedad de Amantes de Lima*, terminó por introducir algunos de los ideales de la Ilustración en la sociedad peruana. Canalizando las inquietudes intelectuales, científicas e ideológicas de un grupo de pensadores, científicos y humanistas que, a través de artículos, ensayos y pronunciamientos, fue gestando y difundiendo germinalmente, una idea nueva de nación y nacionalidad peruana. Idea que fue dando eficaces pautas para la concreción de una representación identitaria y política peruana, más territorializada y “nacionalista”. Dándose allí los primeros síntomas del advenimiento de lo que entenderemos luego como patria o república peruana. Algo expuesto a manera de manifiesto, en el artículo que abre el primer número del *Mercurio*: “Idea general del Perú” (1: 1-7), una idea que fue determinando el difícil itinerario que ha seguido la

gestión de la peruanidad, además de los avatares totalizantes que ha asumido la representación nacional en nuestro país.

No obstante las escasas citas a la *Enciclopedia* francesa halladas en el *Mercurio*<sup>50</sup> -incluso una de ellas refutándola<sup>51</sup>-, hay frecuentes menciones a autores enciclopedistas como D'Alembert, Diderot, Montesquieu, Rousseau, Voltaire, Quesnay, D'Holbach, Daubenton, Jaucourt, además de filósofos próximos al movimiento, como Condillac y Helvetius. Por lo que quizá no sea descabellado esbozar una línea relacional entre el *Mercurio Peruano* y lo que significó la *Enciclopedia o Diccionario razonado de las Ciencias, de las Artes y de los Oficios*, publicada entre 1751<sup>52</sup> y 1772, por D'Alembert, autor del *Discurso preliminar de la Enciclopedia* (1985) y Diderot, autor del *Prospectus* de la *Enciclopedia*. Sobre todo si consideramos la significación que tuvo la *Enciclopedia* en el pensamiento ilustrado y la convulsión político-social que con las revoluciones dieciochescas<sup>53</sup> sirvió de detonante para la emergencia y difusión de los ideales de Libertad, Igualdad y Fraternidad en diferentes puntos del globo. Tópicos que luego marcarán las pautas seguidas por las corrientes ideológicas y emancipatorias surgidas en las colonias españolas de América.

El primer tomo del *Mercurio* que, además de contener el *Prospecto*, compila los números aparecidos entre enero y abril de

---

<sup>50</sup> (1: 159n), (1: 205n), (7: 116n), (12: 91). Véase también *Índices del Mercurio Peruano* (Clément 1979).

<sup>51</sup> En un texto llamado "Idea general de los monumentos del antiguo Perú", Aristio-Unanue menciona un dato falso de la *Enciclopedia* con respecto al Perú, y escribe: "No hay otro modo de convencerlos, sino que hagan un viaje y verán los restos suntuosos que nos han quedado. Quisiéramos que unos filósofos que se glorían de tener por Patria a todo el mundo, no fuesen tan falaces y enemigos de la verdad, desnudándose de las preocupaciones nacionales cuando lean a Garcilaso, a quien levantan mil testimonios. (*Mercurio* 1: 205).

<sup>52</sup> Fue el año anterior, en noviembre de 1750, en el que se publicaron 8.000 ejemplares del *Prospecto de la Enciclopedia*, que exponía el objetivo y alcances de la futura publicación.

<sup>53</sup> Léase Independencia de los Estados Unidos, en 1776 y Revolución Francesa, en 1789.

1791, es presentado así: *Mercurio Peruano de Historia, Literatura y Noticias Públicas que da a Luz La Sociedad Académica de Amantes de Lima y en su nombre D. Jacinto Calero y Moreira*. Tal vez por ello, Zeta Quinde ha escrito que, si bien es cierto que la historiografía peruana reconoce a los gestores del *Mercurio* como *Sociedad de Amantes del País*, es importante saber que la institución recibió diversas denominaciones por parte de sus miembros. Pues en el *Prospecto*, el editor Calero y Moreira nos habla de la *Sociedad Académica de Amantes de Lima*. En tanto en el “artículo I de los estatutos aparece como *Sociedad Académica de Lima*”<sup>54</sup>. El mismo presidente Ambrosio Cerdán, al informar a sus socios sobre la aprobación real de los estatutos de la sociedad, habla de la *Real Sociedad de Amantes del País Limano*”<sup>55</sup> (Zeta Quinde; 2000: 52), además de la mención de Tomas de Méndez y Lachica, de darle “nuevo ser a la *Sociedad de Jóvenes Amantes del País*” (*Mercurio*; 5: 3).

Esto nos dice de la flexibilidad nominal de este tipo de asociaciones, que suelen también ser inestables entre las sociedades patrióticas españolas y americanas. Algo que tal vez obedezca a un talante de época:

Tal vacilación entre dos voces [*Económica y Patriótica*] se encuentra también en América. En 1797, por ejemplo, se funda una *Sociedad Patriótica de amigos del país de Quito* y en 1794 se publican los estatutos de la *Sociedad Económica de Amigos del País de Guatemala*. A veces, esta oscilación entre los dos adjetivos puede observarse para calificar una misma asociación, como es el caso de la cubana *Sociedad Económica de Amigos del País de La Habana*, en otros textos llamada *Sociedad Patriótica de La Habana* (Clément; 1997: 29).

---

<sup>54</sup> “La *Sociedad Académica de Amantes de Lima*, erigida para ilustrar la Historia, la Literatura y Noticias Públicas del Perú”. *Mercurio Peruano* (10: 137).

<sup>55</sup> *Mercurio Peruano* (10: 164).

Lo cierto es que este cambio o vacilación entre conceptos que en el caso peruano tienen una carga geográfico-identitaria más fuerte, era entendido de manera diferente en aquella época en la que todavía no se había terminado de pensar el país en su globalidad. Es decir, la idea de Perú era aún un elemento abstracto que recién, a partir de ellos, empezará a generar una conciencia patriótica más abarcante, clara y definida, como extensión y diseminación de un germinal nacionalismo limeño donde -nominal y fácticamente debido a una consolidación social- la idea de Lima como país, será la imagen que será extendida hacia todo el Perú. Lo que, en el caso particular del *Mercurio*, determinará una suerte de punto de partida en el difícil itinerario seguido por el proyecto de nación peruana y de constitución del Perú. Lo cual nos lleva a asumir la nación como categoría cuya acepción primaria ha sido resignificada por la modernidad.

Clément ha minimizado la particularidad peruana en la adopción de la palabra *Amantes*, en lugar de *Amigos del País*, que era la forma habitualmente española de denominar a estas *sociedades*, cuyo motor expreso era pugnar por la ilustración, pues gracias a la acción de éstas, se hace posible la propagación de las luces en toda España:

La *Sociedad Académica* es un organismo privado, cuyo fin primordial es la difusión de las luces. Se puede considerar, por consiguiente, que es una *Sociedad Económica de Amigos del País*, según el modelo existente en la metrópoli; la introducción de la palabra *Amantes* en el nombre, en vez del acostumbrado *Amigos*, no representa mayor interés, aunque permite recalcar el énfasis propio del español hablado en América. Lo esencial es que este cuerpo corresponde en todo punto a sus homólogos peninsulares (Clément; 27).

Si bien es cierto que el adoptar el “lisonjero nombre” de *Amantes del País* puede “recalcar el énfasis propio del español ha-

blado en América”, la condición de “amante” cuando es referida al país, implica una exaltación mayor que el sentido de la amistad, generalizada en otros lares. Un “amor” coincidente con una constante patrióticamente “nacionalista”, repetida como consigna, a manera de programa político, en el *Mercurio Peruano*. Es decir, el deseo de “amar y servir al Perú” (*Mercurio*; 7:19), “El amor a la ilustración de la patria” (*Ibid.* 8: 2) o simplemente “amor al país” (2: 1); por lo que el párrafo 8, del capítulo 2 de sus constituciones, invocaba al sacrificio en defensa de la “Patria, el Perú”, en contra de los dicerios y detracciones de los extranjeros (*Mercurio*; 2: 132). Lo cual nos dice de la presencia de una especificidad representacional autogenerada en la *Sociedad Académica de Amantes del País* y de su amor por el lugar en el que han nacido o en el que habitan; pues en ningún otro país de Hispanoamérica se repitió esta forma de llamar a una *sociedad*, “como énfasis del Español hablado en América”. A pesar de ser ésta, la peruana -a decir de Tomás Méndez Lachica, al dar noticias sobre la *Sociedad Patriótica de Quito*-, el referente principal para otras sociedades formadas y que se iban formando en toda Hispanoamérica.

En solo un año hemos visto confirmados nuestros desvelos con la imitación. Santa Fe, La Habana, Quito, progresivamente han adoptado nuestro pensamiento. Sea en horabuena que una feliz concurrencia haya estimulado a unos y otros en diversas partes, como se vio en Lima y Santa Fe; siempre será glorioso a los *Amantes de Lima* haber publicado el primer Periódico de literatura que vio nuestra América y que la nueva *Sociedad de Quito* quiera cooperar con nosotros al designio de la ilustración universal, afirmando más y más el mutuo enlace que de unión patriótica debe reinar en los vivientes de una misma región y desee imitar las producciones estampadas en el *Mercurio Peruano*. (*Mercurio*; 3: 306).

Evidentemente, la originalidad del *Mercurio Peruano* no solo obedecía al espíritu de la Ilustración que empezaba a inquietar los afanes intelectuales generados en estas tierras; sino también a

los anhelos de autoafirmación nacional, al ser catalizador de una conciencia nacional pre-emancipatoria -pese a que sus redactores aún confiaban en la posibilidad de una reforma dirigida por las autoridades establecidas (Macera; 1955, 85)-, en su nacionalismo y amor a la patria. Un ánimo marcado por la idea de transformar el Perú, adaptando las líneas trazadas por la filosofía y ciencia de la Ilustración, de acuerdo a las alternativas mundiales de la época, al proponer una razón que no se limitase a su autocontemplación, sino que se implique en la transformación de la sociedad, a partir de la descripción y análisis de la naturaleza y cultura peruana y apuntar así al bienestar de la población. Y, pese a no ser el primer antecedente filosóficamente moderno<sup>56</sup>, pues la labor de la *Sociedad Académica* que lo editaba, no necesariamente traía una novedad temática, filosófica y científica, con respecto a estudios y escritos científicos de “ilustrados” anteriores, como Nicolás de Olea, Peralta y Barnuevo, Bravo y Lagunas, Cosme Bueno o Llano y Zapata (Salazar; 1952), en sus páginas traía características nacionales peculiarmente nuevas, que hicieron de este periódico, el foco referencial para la construcción del discurso moderno en el Perú, canalizando los primeros síntomas del advenimiento de la modernidad a tierras peruanas. Discurso que se convertirá en un arma poderosa contra la pervivencia del antiguo régimen.

Lo cierto es que el *Mercurio Peruano* empieza a circular en un período en el que la prensa, como agente de constitución histórica, debido a aquella inmediatez de los periódicos, se había convertido en una fuente insuperable para el desarrollo de una

---

<sup>56</sup> Las primeras noticias de sistemas filosóficos modernos, divulgados en el Perú, según Augusto Salazar Bondy, se dan a fines del siglo XVII e inicios del XVIII, en la obra del Padre Nicolás de Olea; de don Pedro Peralta y Barnuevo; de Pedro José Bravo de Lagunas; de Cosme Bueno; de José Eusebio de Llano y Zapata; y en la obra de Ignacio de Castro, y pese a que, a la mayoría no los terminó de ganar epistemológicamente el espíritu de la ciencia moderna, hay en ellos una apertura hacia las reflexiones científicas que más tarde serán una característica fundamental de la Sociedad de Amantes del País y con ellos del *Mercurio Peruano*. Ver Salazar Bondy (1952, 7 y 16-17).

nueva conciencia, imbuida en un *ethos* todavía colonial, pero que plasmaba aquella evolución de una sociedad que ya empezaba a tender hacia una especificidad nacional identitaria.

Terreno en el que el *corpus* ilustrado del *Mercurio Peruano*, se presenta como el agente más significativo para la constitución de esa identidad modernista y nacional, gestionada desde y para el Perú, en las páginas del periódico ilustrado más significativo de América Hispana.

## Referencias

- ÁLVAREZ BRUN, Félix. “La Ilustración y el Mercurio Peruano”. En Aurelio, Miro Quesada, et. al. *Perú: Presencia e identidad*. Lima: Ariel; 1993: 189-206.
- BARRERA LAOS, José. *Vida intelectual del virreinato del Perú*. Lima: UNMSM, 1954.
- CLEMENT, Jean-Pierre. *El Mercurio Peruano, 1790 -1795*. Madrid: Vervuert-Frankfurt. Iberoamericana-Madrid, 1997. v. I y II.  
“Índices del Mercurio Peruano. 1790 –1795”. *FENIX. Revista de la Biblioteca Nacional*. 26-27. Lima; 1979: 5-234.
- CHIARAMONTE, José Carlos. “Iberoamérica en la segunda mitad del siglo XVIII: La crítica ilustrada de la realidad”, en José Baquijano y Carrillo, et. al. *Pensamiento de la Ilustración. Economía y sociedad iberoamericanas en el siglo XVIII*. Caracas: Biblioteca Ayacucho, 1979. IX-XXXIX.
- DE LA PUENTE CANDAMO, José Agustín. “Noción de Perú en el siglo XVIII”. En Aurelio, Miro Quesada, et. al. *Perú: Presencia e identidad*. Lima: Ariel, 1993. 55-67.
- DESCOLA, Jean. *La vida cotidiana en el Perú en tiempos de los españoles. 1710-1820*. Buenos Aires: Hachette, 1964.
- DURAND, José. “Prologo”, en *Gazeta de Lima. De 1793 a junio de 1794*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE, 1983. XI-LVII.  
“Apéndice” I y II, en *Gazeta de Lima. De 1793 a junio de 1794*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE, 1983. 343-362.
- FISHER, John. *El Perú borbónico. 1750-1824*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2000.
- GAZETA DE LIMA. *De 1756 a 1762. De Superunda a Amat*. Lima:

- Oficina de Asuntos Culturales COFIDE, 1982. Edición Facsimilar, Compilación y Prólogo de José Durand.
- GAZETA DE LIMA. *De 1762 a 1765. Apogeo de Amat*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE, 1982. Edición Facsimilar, Compilación y Prólogo de José Durand.
- GAZETA DE LIMA. *De 1793 a junio de 1794. Gil de Taboada y Lemos*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE, 1983. Edición Facsimilar, Compilación y Prólogo de José Durand.
- GERBY, Antonello. *Viejas polémicas sobre el Nuevo Mundo*. Lima: Banco de Crédito del Perú, 1943.
- HAMPE MARTÍNEZ, Teodoro. "La Revolución Francesa vista por el Mercurio Peruano: cambio Político vs. Reformismo criollo". *Boletín del Instituto Riva-Agüero*, 15. Lima (1988): 163-178.
- HAZARD, Paul. *El pensamiento europeo del siglo XVIII*. Madrid: Alianza Editorial. 1985.
- LAVALLÉ, Bernard. *Las promesas ambiguas. Criollismo colonial en los andes*. Lima: PUCP-Instituto Riva-Agüero, 1993.
- LÓPEZ SORIA, José Ignacio. *Ideología económica del Mercurio Peruano*. Lima: Publicaciones de la Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú, 1972.
- MACERA, Pablo. *Tres etapas en el desarrollo de la conciencia nacional*. Lima: Ediciones Fanal, 1955.
- Trabajos de historia*. Lima: Instituto Nacional de Cultura, 1977. tomos I y II.
- MARIÁTEGUI, Javier. *El Mercurio Peruano y la medicina*. Lima: Fondo Editorial Universidad Peruana Cayetano Heredia, 1994.
- MATICORENA ESTRADA, Miguel. *La idea de nación en el Perú*. Lima: Ediciones Sequilao, 1993.
- MENDOZA MICHILOT, María. *Inicios del periodismo en el Perú. Relaciones y noticiarios*. Lima: Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial, 1997.
- MERCURIO PERUANO. Lima: Biblioteca Nacional del Perú, 1966. Edición Facsimilar. XII tomos.
- MILLONES, Luis (Ed.). *Ensayos de historia andina*. Lima: Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNMSM, 2005.
- MIRÓ QUESADA, Aurelio et. al. *Perú: Presencia e identidad*. Lima: Ariel, 1993.
- MONTEMAYOR ROMERO, Alfredo. *El pensamiento ilustrado peruano del siglo XVIII y la generación mercurial de la Sociedad de Amantes del País*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 1981.

- NIETO VÉLEZ, Armando. “Notas sobre el pensamiento de la Ilustración en el *Mercurio Peruano*”. *Boletín del Instituto Riva-Agüero*, 3. Lima (1956-57): 193-207.
- O’PHELAN GODOY, Scarlett (comp). *El Perú en el siglo XVIII. La era Borbónica*. Lima: Pontificia Universidad Católica, 1999.
- PLEBE, Armando. *Qué es verdaderamente la Ilustración*. Madrid: Ediciones Doncel, 1971.
- PORRAS BARRENECHEA, Raúl. *El periodismo en el Perú*. Lima: Instituto Raúl Porras Barrenechea, 1970.
- SALAZAR BONDY, Augusto. *Aproximación a Unanue y la Ilustración peruana*. Lima: Fondo Editorial de la UNMSM, 2006.
- “La filosofía en el Perú durante la Ilustración”. *Letras Peruanas*. 5, Año II, Lima (febrero 1952): 7 y 16-17.
- SÁNCHEZ, Luis Alberto. *Poetas de la Colonia y de la Revolución*. Lima: Editorial Universo, 1974.
- SHAFFER. R. J. “La Sociedad de Amantes del País”, en *Antología de la Independencia del Perú*. Lima: Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú, 1972. 67-74.
- TEMPLE, Ella Dunbar. *La Gaceta de Lima del siglo XVIII*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 1965.
- “El Semanario Crítico”, *Mercurio Peruano*, Lima, 98.
- VV.AA. *Pensamiento de la Ilustración. Economía y sociedad iberoamericanas en el siglo XVIII*. Caracas: Biblioteca Ayacucho, 1979.
- ZAMALLOA ARMEJO, Raúl. “La polémica entre el *Mercurio Peruano* y el *Semanario crítico* (1791)”. En *Histórica* 1, Vol. XVII, Lima (julio de 1993): 109-118.
- ZETA QUINDE, Rosa. *El pensamiento ilustrado en el Mercurio Peruano 1791-1794*. Piura: Universidad de Piura, 2000.



## Capítulo 5.

### **Publicidad, suscripciones y ventas: la contienda comercial entre los periódicos cordobeses de 1920<sup>57</sup>**

---

Paulina Brunetti<sup>58</sup>

#### **Resumen**

Entre fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX se produjo en Córdoba el proceso de mutación de una prensa de opinión hacia una prensa de información, también denominada comercial. Si bien los “*avisos*” tenían ya una antigüedad considerable, es en estos momentos en los que adquieren una especial centralidad, en tanto la prensa pasa de una *lógica político-partidista* a otra *mercantil*, que señalaba como rentable el comercio con la publicidad y la captación de nuevos públicos dispuestos a diferentes contratos de lectura. En este trabajo nos proponemos un análisis de aspectos que hicieron al sustento económico de los diarios de la década de 1920 y que provocaron una lucha intestina entre ellos. Estos temas no han sido tenidos en cuenta; sin embargo, de ellos dependió la permanencia o no de cada diario.

---

<sup>57</sup> Este trabajo fue presentado en el VIII Seminario Regional Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (cono sur), (ALAIIC) Universidad Nacional de Córdoba. Escuela de Ciencias de la Información. 27 y 28 de agosto de 2015.

<sup>58</sup> Docente e Investigadora en FCC-UNC

## Palabras Claves

Prensa de opinión- Prensa de información - Mutación  
- Publicidad

## Introducción

En la historia de la prensa se oponen dos modelos según el orden en que se formaron históricamente: el primero llamado “prensa de opinión”, “prensa de partido” y el segundo, “prensa de información”, “prensa comercial o de masas” orientada, por el interés de obtener beneficios económicos. Esta mutación tiene lugar en diferentes momentos del siglo XIX y no es posible unificar sus características para todos los espacios geográficos ya que el cambio no fue simple ni lineal. En la nueva prensa comercial debe contabilizarse la adopción de nuevos modelos y nuevas tecnologías que ya habían probado su eficacia en otros lugares, la aparición de un público recientemente alfabetizado o en vías de hacerlo y, especialmente la posibilidad de pasar de una lógica político-partidista que caracterizó a la antigua prensa decimonónica a otra mercantil. De hecho, la transición suponía pensar un diario sostenido en la venta y la publicidad, pero esto implicó un proceso costoso en el que intervinieron condiciones de posibilidad vinculadas a aspectos técnicos, al aumento de la circulación, a nuevos contenidos periodísticos y a la búsqueda continua de anunciantes. Todos estos pasos no fueron súbitos; al contrario, parecen haber implicado tiempos, a veces largos, e itinerarios diversos, al menos en la prensa comercial de la ciudad de Córdoba.

Si bien los datos son escasos, importa en este artículo considerar especialmente las cuestiones que incidieron en el sustento de los diarios cordobeses en la década de 1920: las suscripciones, las ventas y particularmente la importancia y desarrollo de la publicidad, aun cuando respecto de las fuentes de financiamiento se

plantean dificultades importantes. Como señala Barrère (1982: 246) “*es harto sabido que la vida interna de un periódico es uno de los dominios mejor protegidos por el secreto, hasta en la época actual y es casi imposible desentrañar (...) las marañas financieras, fiscales, el tupido bosque de miras políticas y de especulaciones comerciales, de intereses creados y por crear*”. No obstante, es posible aproximarse a un cuadro general que dé cuenta del conjunto de las relaciones de fuerza objetivas que constituyeron la estructura del campo periodístico cordobés en la década de 1920.

## El campo periodístico cordobés en la década de 1920

En Córdoba el proceso de una prensa de opinión hacia una prensa comercial se produjo a fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX. En la década de 1910, y aunque de reciente aparición, los diarios dominantes fueron *La Voz del Interior* (1904-continúa) y *Los Principios* (1894-1982). No obstante, el financiamiento de ambos fue dificultoso durante sus primeros años. Surgido *Los Principios* en 1894, dependiente de la *Asociación Juventud Católica*, reconoce que, a pesar de ciertos adelantos y la compra de nuevas máquinas, las finanzas no marchaban bien. La entidad religiosa no estaba dispuesta a continuar respaldando la creciente deuda del diario por lo que su director, Segundo Dutari Rodríguez, tomó la decisión de formar una Sociedad Anónima para salvar el patrimonio de la empresa y el 13 de mayo de 1916 se creó la S.A. LOS PRINCIPIOS.<sup>59</sup> Comenzó así la suscripción de acciones hecha principalmente por el Arzobispado de Córdoba, algunas congregaciones y devotos católicos; con el dinero que se logró reunir de los primeros accionistas se cubrió la cantidad que el diario debía. *La Voz del Interior*, nacido en 1904, reconoce igualmente que sus primeros años fueron difíciles, básicamente

<sup>59</sup> El 15 de mayo de 1916, el Poder Ejecutivo de la Provincia de Córdoba le otorgó la personería jurídica

por no contar con reservas para sortear apremios económicos. Pero sobrevivió a su período de penurias, aunque en este caso fueron los hermanos Juan y Justino Loustau, acaudalados comerciantes franceses, propietarios del diario desde 1914, quienes lo sostuvieron. Los dos diarios fueron los que mejor proveyeron de información telegráfica durante la Primera Guerra Mundial, momento en el que hubo gran demanda de información por lo que la circulación aumentó. De cualquier manera, todavía en marzo del año 1917 el diario *Los Principios* decía que la prensa cordobesa adquiriría cada día mayor importancia, aunque sus “provechos” no fueran todavía cuantiosos.<sup>60</sup> Al menos en sus primeros años de labor las empresas periodísticas debieron transitar un camino arduo y posiblemente de débiles ganancias.

Hacia finales de la primera década y el comienzo de la segunda el panorama parecía ser más satisfactorio: la prensa, que ya había iniciado el proceso de transformación se consolida. En enero de 1920 aparecía en *Los Principios* un suplemento con una serie de colaboraciones literarias e informativas, lo que significaba para él una recuperación de su propio impulso y en 1921, lo publicaría *La Voz del Interior*. Dijimos anteriormente que la demanda de información creció durante la Primera Guerra, pero no parece haber sido la única causa. Un cúmulo de acontecimientos diversos pero cercanos en el tiempo debieron provocar progresivamente mayor necesidad de información: la llegada del radicalismo al gobierno nacional en 1916, la Revolución Rusa en 1917, los acontecimientos de la Reforma Universitaria en 1918 y las huelgas que se desatarían desde finales de la década de 1910. Todo agitaba la opinión y constituía tema para el debate.

Coincide con este afianzamiento un crecimiento significativo de la ciudad, que en el censo nacional de 1914 contaba con 134.925 habitantes, en 1924 se calculaba que había alcanzado los 200.000 y el diario *Córdoba* estimaba, sin datos estadísticos,

---

<sup>60</sup> 24/03/1917.

250.000 en octubre de 1929.<sup>61</sup> Aunque iniciadas durante la década de 1910 se expanden igualmente una serie de actividades vinculadas a la vida social, deportiva y cultural (bares, bailes, fútbol, box, cine, teatro comercial) que involucraban la participación de sectores sociales como clases medias y sectores populares. Propietarios de cines, salas de teatro, organizadores de eventos recurrían a la prensa para publicitar sus actividades y espectáculos que concitaban de manera creciente el interés. La década de 1920 se abrió como un momento de expansión de la prensa periódica cordobesa pero también emergía un público organizado de otra manera. La atmósfera de la ciudad mutaba para los primeros años de 1920; a su modo la modernidad llegaba a Córdoba o, como señala Vagliente, un moderado viento secularizador (2015: 213-234).

Hacia 1926 todos los diarios, cuyas casas centrales estaban radicadas en el centro, establecían sus agencias en los barrios de la ciudad a los que destinaban una página o una columna semanal. Los cambios técnicos fueron importantes: en noviembre de 1921 *La Voz del Interior* inauguraba los nuevos talleres de estereotipia y la gran rotativa Marinoni; en 1924 *Los Principios* adquirió una rotativa construida en Augsburg, importada por la casa Curt Berger y Cía. de la Capital Federal. Hacia fines de la década de 1910, el número de páginas fue aumentando de 8 a 10 ó 12 y luego a 16, primero en *Los Principios* y luego en *La Voz del Interior*.<sup>62</sup>

En los comienzos de la segunda década, los diarios de mayor circulación continuaron siendo *La Voz del Interior* y *Los Principios*. El primero contaba con un tiraje de 10.000 ejemplares diarios<sup>63</sup>, del segundo no hay datos ciertos, sólo indicios que hacen pensar en unos 14 o 15.000. En octubre de 1928 nació el vespertino *Córdoba* que vino a sacudir el campo periodístico cordobés: en un año fue de 6.000 ejemplares diarios a 18.000. Los periódicos res-

<sup>61</sup> Córdoba, 27/10/1929.

<sup>62</sup> El número de páginas, aunque aumenta no se mantiene constante.

<sup>63</sup> Archivo General de Tribunales. Juzgado Civil y Comercial de 3º Nominación. Leg. 4, 5, 6 y 7. NO DESTRUIBLES.

tantes, *La Opinión* (1915-1947?), *La Provincia* (1919-1921), *El Tiempo* (1921-1925), *Tribuna* (1924-1931), *El País* (1926-?), *El Día* (1930-1932?), *Comercio y Tribunales* (1929-1939?) se ubican como satelitales pero en cuanto al capital específico de que dispusieron haremos en adelante algunas precisiones.<sup>64</sup>

Resulta necesario aclarar, antes de continuar, que mientras *Los Principios* representó el pensamiento ultraconservador del arzobispado y del patriciado cordobés, *La Voz del Interior*, identificado durante todo el período con la fracción más progresista del radicalismo, sería el diario liberal y anticlerical que procuró introducir nuevas concepciones relativas a la relación de la Iglesia y el Estado, a la defensa de la educación laica, al divorcio vincular, a la libertad de conciencia, a la libertad de cultos, etc. y divulgó temáticas libres de prejuicios en lo cultural, que operaron como aperturas modernizadoras. Aun con características diferentes, el diario *Córdoba* habría de sumarse a la misma línea en muchas temáticas. Los nuevos contenidos que ya desde la década de 1910 habían ingresado en la forma de columnas a veces breves, se iban ampliando de diversa manera. *La Voz del Interior* aun cuando mantuvo gráficamente un formato sábana tradicional, debió conquistar durante casi toda la década un lectorado formado por trabajadores y nuevas clases medias. Prueba de ello fue el desarrollo de géneros caros a la lectura popular que, aunque *Los Principios* no los rechazó, los desarrolló dentro de los cánones de la prensa seria o blanca. El diario católico permaneció dentro de los límites de sus propios dogmas; por ejemplo, detestaba el estilo “impresionista” de las columnas de policiales y fue un acérrimo crítico del teatro comercial, motivo por lo que el espacio concedido a estos espectáculos lo ocuparon las campañas para su desprestigio. *La Voz del Interior* favoreció desde sus comienzos los relatos policiales a los

---

<sup>64</sup> Es necesario tener en cuenta que en aquellos años era muy usual la lectura de más de un diario y por tanto compartirían seguramente al menos un sector de su lectorado al que ofrecían además líneas ideológicas diferentes. Seguramente constituían fuente de comparación para la opinión y el debate político y cultural.

que daba gran cobertura y fue un incansable propagador de revistas, varietés y cinematógrafos, páginas que debieron ser fuente de ingresos publicitarios. En 1919, inauguró su consultorio jurídico gratuito “*respondiendo a una necesidad pública, que se ha dejado sentir en las grandes ciudades, donde la clase proletaria constituye un gran número de la población*”.<sup>65</sup> A este seguirían otros: médico, agronómico, del magisterio, etc. y a mediados de la década inició casi diariamente campañas filantrópicas en favor de los enfermos, de los necesitados, de los perseguidos indebidamente por la justicia, por lo que consideraba ser el único diario preocupado por el pueblo.<sup>66</sup> Decía de él mismo en 1929 que desde su nacimiento no había habido movimiento proletario que no buscara en el diario apoyo para su causa y defensa de sus derechos.<sup>67</sup> Si bien no podría decirse que fue un diario “popular” no caben dudas de que desde su surgimiento y en la década de 1920 desplegó técnicas, contenidos y lenguajes mediante los que apuntaba a un nuevo lector. Por ello, como veremos enseguida, sintió que el nacimiento del vespertino *Córdoba* en el año 1928 venía a disputarle una parte de su lectorado.

## **La autopromoción**

A poco de andar, la prensa comercial desarrollaría numerosos artificios para rivalizar con sus colegas, dejando atrás periódicos que no podrían sostenerse durante mucho tiempo. Un campo – señala Bourdieu (1997:59)– es un espacio social estructurado, un campo de fuerzas y también un campo de luchas para transformar o conservar ese campo de fuerzas. La competencia por las cuotas de mercado se lleva a cabo con distintas artes según las épocas. Así lo hicieron los diarios cordobeses de la década de 1920, algunas

---

<sup>65</sup> La Voz del Interior, 31/05/1919

<sup>66</sup> La Voz del Interior, 2/08/1926

<sup>67</sup> La Voz del Interior, 1/01/1929

de cuyas estrategias analizamos en este punto.

Entre ellas permanece siempre la disputa por la primicia informativa. Títulos como *La primicia de Los Principios*, *Otro gran éxito de La Voz del Interior*, encabezaban regularmente artículos autorreferenciales dando cuenta ampliamente, no sólo de los éxitos informativos, sino de los esfuerzos para darlos a publicidad. Las novedades que se anunciaban primero en las pizarras y mediante megáfonos, se obtenían a través del telégrafo y del teléfono, pero luego los avances de la radiotelefonía permitieron una mayor simultaneidad. De hecho, no era fácil transmitir primicias de lugares lejanos por lo que cada novedad se calificaba de “triumfo periodístico”.<sup>68</sup>

También eran frecuentes como forma de autopublicidad las notas gráficas –generalmente tituladas “*La popularidad de nuestro diario*”– que mostraban numeroso público concentrado frente a sus pizarras, en ocasión de días electorales y especialmente en eventos deportivos. De todos modos, cada uno se adjudicaba la primicia a lo que añadía, en mayor o menor grado, una crítica a sus colegas por haber hecho la publicación con retraso.

Otro modo de competir se daba en el terreno de los concursos y regalos que constituían una forma común de publicitar para cualquier comercio y también fue adoptada por la prensa con el propósito de autopromoción desde la década de 1910, aunque

---

<sup>68</sup> En setiembre de 1923, por ejemplo, Los Principios explicaba que para transmitir la noticia del match Luis Ángel Firpo-Jack Dempsey, había organizado un servicio especial de informaciones telegráficas a cargo de la Agencia Austral, pero también había instalado un teléfono directo hasta las oficinas del telégrafo del Ferrocarril Central Argentino para transmitir sin demora los despachos telegráficos, que enviaban los corresponsales del diario. La radiotelefonía se iba abriendo paso por lo que fue un instrumento de gran valor en la búsqueda de novedades. El 6 de abril de 1924 *La Voz del Interior*, con motivo de la pelea entre Luis Ángel Firpo y el estadounidense Al Reich, en Buenos Aires, publicaba sus esfuerzos: “Obtuvimos la primicia por medio del entusiasta aficionado señor Lucas Casoli que posee una estación receptora en Alta Córdoba (...) cuyos servicios fueron perfectos, ratificados a renglón seguido por el telégrafo del Ferrocarril Central Argentino”.

adquirieron mayor frecuencia y relieve desde mediados de 1920, lo que no es extraño en tanto arribaban al campo nuevos diarios con el propósito de constituirse en empresas.

El 3 de abril de 1926 nació el periódico *El País*, cuyo principal impulsor fue Ramón J. Cárcano<sup>69</sup>, quien había ganado la gobernación de Córdoba sólo un año antes. Aun cuando el nuevo diario posiblemente no alcanzó grandes tiradas<sup>70</sup>, su capital fue simbólico debido a una serie de factores que se congregaron para ello. Primero, ser el vástago largamente pensado por el mismo gobernador quien gozaba de gran prestigio intelectual y era un político de renombre. Nació también con importantes innovaciones gráficas y reunió a colaboradores prestigiosos. Se situó, desde sus inicios, en un nivel de superioridad respecto de sus colegas. Decía debajo del rótulo: “*El único diario nacional en el interior*” por lo que se diferenciaba tanto de los diarios del interior como de los metropolitanos.

Esta suerte de soberbia periodística, le valió la animosidad sobre todo de *La Voz del Interior* y de *Tribuna*, aunque tal animadversión se verificaba también en el plano político. Más allá de los numerosos argumentos en su contra y las imputaciones que estos diarios esgrimieron, el diario vino a movilizar el campo periodístico cordobés y, por cierto, a incentivar la competencia. *El País*, en su afanosa búsqueda de lectores concentró durante un buen tiempo una serie de obsequios y concursos como forma de aumentar su circulación. Por ejemplo, a pocos meses de su inicio<sup>71</sup> anunciaba: *Los lectores de El País pueden ganar \$10 todos los días leyendo el diario*. Decía que una persona perteneciente a su administración recorría todos los días, todos los barrios, subía

---

<sup>69</sup> El diario *El País* fue fundado el 3 de abril de 1926 por la S.A. EL PAÍS, cuyo presidente fue Miguel Ángel Cárcano (hijo de Ramón J. Cárcano) y vicepresidente Martín Gil. Su director fue Carlos Viale.

<sup>70</sup> No hay datos al respecto, pero se podría inferir que fue un diario con tiraje relativamente escaso al menos hasta 1930. No obstante, permaneció varios años.

<sup>71</sup> *El País*, 19/09/1926

a los tranvías, recorría las plazas, los cafés, los cinematógrafos, estaciones ferroviarias, etc. y al azar entregaba \$10 a una persona que encontraba leyendo *El País*. También anunciaba concursos de tiempo para conductores de automóviles, motocicletas y motos sidecars que recorrieran el trayecto Córdoba-Villa Dolores/Córdoba-Cruz del Eje, concursos semanales para los niños que desearan enviar una colaboración escrita al diario de 300 palabras<sup>72</sup> o mensuales, para los adultos, que escribieran el mejor cuento para niños o a quien redactara la mejor leyenda popular<sup>73</sup> y hasta abría un certamen, con un premio de \$1000, al lector que descubriera el misterioso crimen ocurrido en un barrio de la ciudad y que intrigaba a la opinión pública.<sup>74</sup>

La modalidad, aunque de larga data, se intensificó y los diarios competían intensamente en este terreno: se abrían concursos para premiar al guarda y al cartero más amable<sup>75</sup>, al agente de policía más popular,<sup>76</sup> etc. Se premiaba con un curso de dactilografía al mejor alumno de cada escuela<sup>77</sup> o se contribuía con objetos en diferentes torneos que se realizaban en la ciudad. El diario *Los Principios* premiaba con \$100 la mejor crónica que comentara y nombrara las principales casas de comercio de Córdoba.

El 27 de octubre de 1928 salió a la calle el vespertino *Córdoba* “guiado por el periodismo de *Crítica* que es el periodismo de los diarios yanquis”<sup>78</sup>. Una primera plana de impactante formato, desprejuiciado, de largas historias de interés humano, sensacionalista y con especial énfasis en el mundo del deporte. Sus estrategias de autopromoción fueron múltiples quizás imitando a su

---

<sup>72</sup> El País, 22/03/1927

<sup>73</sup> El País, 9/03/1927

<sup>74</sup> El País, 25/09/1926

<sup>75</sup> Los Principios, 7/08/1926

<sup>76</sup> El País, 14/06/1926

<sup>77</sup> La Voz del Interior, 22/11/1928

<sup>78</sup> Córdoba, 29/10/1929.

modelo<sup>79</sup>, entre ellas continuos artículos autorreferenciales. Periódico “de la juventud”, “sonrisa de la ciudad”, se presentó también como el diario del pueblo que venía a defender sus derechos.<sup>80</sup> Al conmemorar su primer año de vida se manifestaba orgulloso por sus campañas “*contra la explotación del elemento obrero y el apoyo decidido a favor de todos los movimientos gremiales, entre los que se cuentan como triunfos, el de los tranviarios, de los telefonistas, y de los obreros de las canteras*”.<sup>81</sup>

Sus grandes y atrayentes titulares se armaban en la máquina Ludlow, que permitía gran variedad tipográfica, por lo que también ofrecía “*El más moderno taller tipográfico de Córdoba para la impresión de diarios, revistas, cartelones, volantes, afiches*”.

Probablemente *La Voz del Interior* fue el diario que se sintió más contrariado por la salida de este vespertino que vino a disputar al menos una parte de su lectorado. La rivalidad entre ambos se hizo pública en varios episodios, algunos de carácter personal, pero especialmente en el mes de febrero de 1929 apareció *La Voz del Interior (Edición de la tarde)* que sólo se publicó durante tres meses. El día que salió a la calle era notoria su destinación como también la selección del tema para su primera página. Se trataba de un concurso destinado al sector obrero:

---

<sup>79</sup> Véase para Crítica y sus estrategias de autodefinición Saítta (1998; cap.2).

<sup>80</sup> Córdoba, 27/10/1928

<sup>81</sup> Córdoba, 27/10/1929

## LA VOZ DEL INTERIOR (EDICIÓN DE LA TARDE)

Es un diario para el pueblo

Sabe de sus necesidades y trata, sino de subsanarlas totalmente, al menos de combatirlas con eficacia.

-----

Sortearemos entre los hogares proletarios, cinco máquinas de coser marca Newman, que serán cinco elementos nuevos de producción.

-----

Por primera vez se pone en práctica una iniciativa de esta índole.

-----

A los pocos días, en marzo de 1929, el diario *Córdoba*, en la primera plana de su segunda sección señalaba que llevaba a la práctica una forma de periodismo moderno y un gran titular anunciaba: “*Mediante la realización de importantes concursos y certámenes, premiará [el diario Córdoba] el ingenio, la habilidad y el patriotismo (sic) de sus lectores*”.<sup>82</sup> Estaban destinados al público en general o a colectivos diferenciados: para los aficionados a las carreras, para las maestras, para los futbolistas, para los niños, etc. Por cierto, todos los cupones para participar se insertaban en la columna del diario.

Esta modalidad, como ya dijimos, estaba contemplada para los comercios en general e indudablemente fue un instrumento importante para los mismos diarios con el que procuraban promoverse —especialmente en un momento álgido de lucha en el campo periodístico— y acrecentar sus ventas.

---

<sup>82</sup> Córdoba, 18/03/1929.

Durante la década de 1930, concursos y premios parecen utilizarse a destajo; sin embargo, comenzaron a desprestigiarse con el tiempo, no los concursos sino los premios. Diversos estudios habían demostrado, según Raúl García (1941:96-97), que el sistema constituía un error grave para la economía y reputación del propio empresario que lo utilizaba y un peligro para el consumidor que podía verse defraudado en la calidad de lo que compraba y como tal, pagar varias veces el premio obtenido. Añadía que el público se hastiaba “*terminando por no llamarle la atención y hasta despremiar el producto por desconfiar de su calidad*”. En algunos casos la publicidad basada en concursos encontró obstáculos legales ya que muchos de ellos se enmarcaban en lo que se denominaba “juegos de azar” no autorizados.<sup>83</sup>

Estas fueron sólo algunas de las campañas autopromocionales con el objetivo de aumentar la circulación, obligados los diarios a reaccionar ante sus colegas para mantener su posición en el campo. Todas suponían también conquistar anunciantes. Sabemos que mientras más ejemplares vende un periódico mayor es el beneficio que se desprende y la circulación es su base por cuanto quien anuncia siempre procurará publicar en la prensa de mayor tiraje. Los diarios hacían alardes de sus éxitos informativos, pero no publicaban su tiraje, el único que lo hizo con control de escribano fue el diario *Córdoba* en 1929 y ello le implicaba, en ese momento, atraer lectores y ganar la confianza de sus anunciantes.

## **Conquistar anunciantes**

La transición hacia la prensa comercial –que en general se puede ubicar hacia fines del siglo XIX y comienzos del XX– insta-

---

<sup>83</sup> La sanción de la Ley 3.313 de Lotería Nacional del año 1895 otorgó a la Lotería de Beneficencia Nacional el monopolio del juego legítimo. En 1902 la Ley 4097 de represión de ciertos juegos estableció un nuevo terreno de penalidades que, bajo la figura de la contravención, promovió la aplicación de multas y arrestos.

ló la publicidad como motor del desarrollo de la prensa, pero no conocemos exactamente cuál fue su peso económico durante la década de 1910. Posiblemente no sólo su crecimiento fue gradual sino también su jerarquía como ingreso sustancial para la prensa. Si se consulta un diario de la década de 1920<sup>84</sup> surge claramente el amplio espacio ocupado por los anuncios, sin embargo parecía existir todavía un cierto desconocimiento pero también resistencias y suspicacias<sup>85</sup> desde el campo comercial e industrial.

Algunos autores creen que la llegada de la primera agencia extranjera J. Walter Thompson marca una frontera significativa en la historia de la publicidad en la Argentina en cuanto preludeó la madurez de las décadas siguientes (Borrini; 2009: 43). La industria publicitaria comenzaría a desarrollarse ampliamente en la década de 1930 (profesionales, estudios de mercado, agencias, etc.), sin embargo, en el año 1936, en la *Revista de Economía*, Luis Colombo señalaba que todavía no habían sido bien comprendidas sus virtudes: “*Entre los industriales –añadía– no ha penetrado como debiera la necesidad de la propaganda, unos porque creen que es suficiente la bondad del artículo y otros porque sus productos no se venden con marcas.*”

Una atenta lectura de los diarios permite inferir que la década de 1920, al menos en la prensa cordobesa, fue un período de importante desarrollo de la publicidad, de mutaciones en sus estilos creativos y también de una intensa búsqueda de anunciantes e igualmente de competencias severas entre los diarios en este terre-

---

<sup>84</sup> En un cálculo relativo, no menos del 40%.

<sup>85</sup> En el año 1947, el abogado especialista en Derecho Comercial Carlos Juan Zavala Rodríguez, publicó el libro *Publicidad comercial. Su régimen legal*. Consideraba que en ese momento a pesar del gran desarrollo que ya tenía la publicidad, existía un vacío en la Argentina acerca del régimen legal de la publicidad comercial. Se reúnen en la obra no sólo reglamentaciones sino también numerosos casos concretos, fallos, etc. Este estudio permite observar que -aun cuando la mayor parte de los casos proceden de década de 1930 y 1940 con referencias a períodos anteriores- se plantearon tempranamente en torno a la publicidad numerosos problemas legales.

no. La importancia de los ingresos por publicidad era ya —como veremos— una realidad para la prensa que quizás no lograba todavía el volumen deseado.

Período previo a la consolidación de la publicidad, son años que emergen como un terreno fértil —aun con reglas todavía difusas y sin criterios ciertos para encarar campañas publicitarias—<sup>86</sup> que contribuiría al surgimiento de la profesionalización, de las secciones de los diarios a cargo de un publicitario, de la enseñanza de publicidad, etc. Como señala Borrini, cuando se pregunta cómo era la publicidad antes de la llegada de las agencias extranjeras: “*No había estadísticas, pero los anuncios en diarios, revistas, vía pública y radio demostraban que la publicidad mostraba signos de madurez que se fueron acentuando en los años siguientes*” (2009: 43).<sup>87</sup> En el período que consideramos, se observan algunos de los puntos que acabamos de señalar: un continuo aliento al comercio como anunciante, un discurso que exhibe avidez por ellos procurando persuadirlos de la necesidad de anunciar, al tiempo que la competencia entre los diarios con el mismo objeto, ostenta crudeza y hasta ferocidad. Interesa rescatar momentos, discursos, datos que en su conjunto configuran un escenario aproximado respecto de las estrechas vinculaciones entre prensa y publicidad.

En el año 1924, un artículo de *Los Principios* se titulaba “*Nuestros deberes para con el diario*”. En él solicitaba el aliento al periodista católico “*cuando emprenda una ruda campaña, en la que estén interesados la gloria de Dios y los fueros del catolicismo*”. Pero señalaba que esto no era suficiente, los dos modos de ejercitar la caridad con el diario eran “la oración” y “el dinero”. Mientras a la primera atribuía “*una eficacia divina incontrastable*”, del otro

---

<sup>86</sup> En un artículo del diario *Los Principios* (12/08/1928) escrito desde París por un colaborador con motivo de realizarse allí el Congreso de la Publicidad, señalaba que se trataba todavía de una actividad desordenada: obedecía más a la inspiración individual que a una técnica que recién comenzaba a desarrollarse.

<sup>87</sup> Para la evolución de publicidad entre 1862 y 1885 en el diario *La Nación* de Buenos Aires véase Ojeda (2009)

decía que de él dependían sus progresos materiales, la rapidez, la abundancia de sus informaciones y la selección de las firmas que colaboraban.

¿Cómo contribuir con el diario?

*...procurándole suscriptores y buscando anuncios.<sup>88</sup> Sería una manera práctica de ejercer la caridad con el periódico, ésta de ganarle nuevos abonados, la de atraerle anunciantes. El diario vive de los anuncios. Entre estos y la prosperidad del periódico existe una proporción directa. Diario con abundantes anuncios, lleva una vida próspera que se manifiesta en constantes reformas y costosas mejoras. El que no cuenta con ellos, arrastra en cambio una vida lánguida hasta que muere de consunción. (...) La suscripción pesa poco en la vida económica de los diarios, pero siempre es un aporte. Buscar abonados y llevar anuncios al diario católico es una colaboración eficaz a la vida de la prensa sana, a la prosperidad de la misma.<sup>89</sup>*

El fragmento es explícito en cuanto a la forma de financiación de cualquier diario para ese momento: “*el diario vive de los anuncios*” y exhorta por anunciantes quizás en la necesidad de aumentar su volumen publicitario.

El comercio con la publicidad también se encontraba ya organizado y posiblemente este ordenamiento derivaba de la década anterior. Los avisos se distribuían en cinco categorías: económicos (generalmente clasificados), comerciales, de remate, oficiales y edictos judiciales. Algunos eran espontáneos y otros susceptibles de corretaje (de intermediarios remunerados a comisión que oscilaba entre un 10% a un 20%). En la mayoría de los casos imperaba el contrato que en la técnica jurídica se denominaba “de adhesión” (esto es, redactado por una sola de las partes; el comerciante simplemente intervenía aceptando o rechazando) pero en muchos

---

<sup>88</sup> Las palabras “aviso” y “anuncio” conviven durante este periodo.

<sup>89</sup> Los Principios, 9/07/1924

casos el “avisante”<sup>90</sup> discutía e imponía condiciones y precio para la publicidad. Precisamente, uno de los problemas que constituyó una problemática nodal fue –según Zavala Rodríguez– el del tipo de contrato que se debía establecer, por su parte el del corretaje no fue un tema menor.

¿A qué monto llegaban los ingresos por avisos? Por ejemplo, en el caso de *La Voz del Interior* se conoce que el término medio mensual había sido desde agosto de 1923 a agosto de 1924: 15.411 pesos<sup>91</sup> nacionales por mes y desde agosto de 1924 a agosto de 1925: 16.849 pesos,<sup>92</sup> también mensuales. Mientras que el ingreso por suscripciones dejaba, por ejemplo, un promedio de 6 mil o 7 mil pesos, en tanto la venta callejera alcanzaba a la mitad<sup>93</sup>. Si bien no se conocen los datos del diario *Los Principios*, es de suponer que la ecuación era más o menos semejante.

Aunque resulta importante conocer aproximadamente tanto los montos como la jerarquía de los ingresos por suscripciones, ventas y anuncios, es muy difícil extraer de ello consecuencias generales respecto a las ganancias que obtenía la prensa. Los datos aproximativos demuestran que algunos diarios fueron empresas rentables, pero moderadamente. Por cierto, pudo haber otras fuentes de ingresos por vía de subsidios, publicidad oficial, etc.

De todos modos, el camino ya era claro, por lo que el empeño en el ingreso publicitario como forma de subsistencia constituía

---

<sup>90</sup> En los diarios de la época conviven los términos “avisante”, “avisador”, “anunciante”.

<sup>91</sup> Archivo General de Tribunales. Juzgado Civil y Comercial de 3º Nominación. Leg. 4, 5, 6 y 7. NO DESTRUIBLES. Como referencia se puede señalar que el sueldo mínimo de los empleados de Ferrocarriles del Estado: \$160 en 1923, un traje fino para hombre entre \$75 y \$80, los automóviles cero Km. que fueron furor especialmente hacia el final de la década oscilaban, según el modelo, entre los 2.500 y hasta 10.000 pesos nacionales.

<sup>92</sup> Término medio mensual, ya que hay meses de casi \$21.000.

<sup>93</sup> En el período considerado el precio de suscripciones y números sueltos de venta callejera no variaron demasiado y era el siguiente: Tarifas de suscripción: por año: \$28; por semestre: \$14.50; por trimestre: \$7.50; por mes: \$ 2.50. Por unidad (venta callejera): 0.10 ctvs.

el objetivo de antiguos y nuevos diarios. En el año 1924 había nacido *Tribuna*, un vespertino católico fundado por Fray María Liqueno. Fue un diario consciente de que era una empresa “niña” y que debía conquistar lectores y anunciantes paulatinamente. No son extraños en diarios como este u otros semejantes lo que podríamos llamar la publicidad de la publicidad, esto es, recuadros en los que se convocaba a los comerciantes o industriales que todavía no lo habían hecho, a colocar anuncios en sus páginas:

*Es un error a sabiendas el que comete el comerciante que dice que paga él la reclame<sup>94</sup> Este renglón, como todos los de su comercio, los paga el comprador, pues cada comerciante hace calculadamente su presupuesto, e incluye en el costo de artículo todos los recargos. Luego, usted señor comerciante, no paga el aviso.<sup>95</sup>*

*¿Por qué las grandes firmas invierten enormes sumas en anunciar sus artículos?*

*¿Nunca se hizo usted esa pregunta? ...Piense en ello y la respuesta lo convencerá de lo eficaz de la reclame.<sup>96</sup>*

*El éxito de un negocio está en la forma de ofrecerlo al público. Esa forma constituye un secreto. Lo tiene El País.<sup>97</sup>*

Estos anuncios resultan reveladores de presupuestos que posiblemente operaban en el campo comercial; de hecho, parecen destinados a erradicarlos. El primero es explícito al respecto, pero igualmente de gran simplicidad en tanto la cuestión que plantea no resulta fácil de explicar (Zavala Rodríguez; 1947: 12). Lo cierto es que en este anuncio lo que podía persuadir al comerciante

---

<sup>94</sup> Se observa en la prensa del período el uso de las palabras reclame (quizás la más antigua), propaganda y publicidad.

<sup>95</sup> *Tribuna*, 20/07/1925

<sup>96</sup> *Tribuna*, 2/07/1925

<sup>97</sup> *El País*, 2/05/1927

también podía espantar a los potenciales compradores: un artículo publicitado sería seguramente más oneroso. El segundo, parte de la premisa de que la publicidad es el secreto de la venta para las grandes firmas y el tercero, semejante, concentra en la publicidad el éxito del comercio. Si bien pueden considerarse en el marco de un razonamiento bastante común respecto de la necesidad de publicitar un producto, lo que interesa destacar de ese momento, es el hecho de enunciarlo, de explicitar casi pedagógicamente una idea; esto es de procurar instalar lo que se presupone todavía no ampliamente conocido.

En enero de 1926, *La Voz del Interior* lanzó un número extraordinario de 80 páginas. Tenía contenidos de diverso interés para sus lectores, pero publicó por primera vez, según él, los que se denominaban, en ese momento, “*avisos redactados*”<sup>98</sup> (publicidad). Además de los anuncios más o menos convencionales en la época, muchas páginas estaban destinadas a productos de industrias y comercios de Córdoba. Algunos ocupaban una página completa o media; otros, espacios menores. Por ejemplo, para publicitar un cigarrillo que se elaboraba en Córdoba se procedía a un extenso desarrollo sobre el tabaco, su procedencia, sus modos de elaboración, sus características y se incluía la casa manufacturera cordobesa como la productora de un cigarrillo excelente (El Comercio) por la alta calidad de sus componentes, lo mismo se hacía con los establecimientos que producían harinas (Molino Córdoba), cemento portland (Casa Caeiro), cerveza (Cervecería Córdoba) y se incluían fotograbados de las fábricas en cuestión,

---

<sup>98</sup> Antes de esa fecha también pueden observarse algunas notas que podrían encuadrarse en el mismo estilo. No obstante, en esa oportunidad, su desarrollo y concentración fue intenso en el mismo número. Este tipo de notas eran aconsejadas por los primeros especialistas en publicidad (Liendo; 1941:39). Zavala Rodríguez (1947:297) hace referencia a la “publicidad redaccional” como la que “se presenta disimulada como manifestación del propio diario”. No parece encontrar en ella ningún obstáculo excepto cuando el producto publicitado se encuadraba dentro de la denominada publicidad engañosa, caso en el que sí se planteaba el problema de la responsabilidad.

de sus instalaciones o máquinas como de sus respectivos dueños. De manera semejante, en el caso de las casas de comercio la redacción incluía un breve recorrido desde su instalación, ponderaba su atención y el producto. También contribuyeron en el número extraordinario la Gobernación de Córdoba, la Municipalidad y la Universidad. Esta modalidad, despertó por cierto naturales inquietudes en el resto de los diarios que la imitaron en los años siguientes. Los números extraordinarios significaron un claro terreno de competencias que se dirimía mediante la mejor oferta: los anunciantes pudieron optar por el diario que proporcionaba mayores ventajas. El número extraordinario de 1927, le significó a *La Voz del Interior* un ingreso de \$41.000.<sup>99</sup> Por cierto no faltó, en el número de 1926, el artículo titulado “*Nuestros avisadores*” con un claro agradecimiento a todos. En él, se reiteraba, de otra manera, lo que venimos analizando en este punto: la necesidad de la propaganda en la prensa, proponiéndola como parte imprescindible y constitutiva del comercio. El artículo señalaba que el comercio mayorista y minorista había contribuido “*en su propio beneficio, en el concepto proverbial de que ‘los comerciantes que no hacen propaganda periodística por economía se asemejan a las empresas ferroviarias que, para aumentar los dividendos de la empresa, resolvieran suprimir las locomotoras de sus trenes’*”.<sup>100</sup>

Pero, así como se observan claras estrategias para estimular la publicidad, también hubo formas violentas de perjudicar económicamente a algunos de los diarios, impidiendo su circulación y, por tanto, la afluencia de anunciantes. De hecho, ya constituían estos un pilar económico para la prensa y en esa contienda se anclaban las búsquedas y varios tipos de luchas. Una de ellas se produjo también en el año 1926. Casi un mes antes de la aparición de *El País* se produjo la huelga de canillitas a *La Voz del Inte-*

---

<sup>99</sup> Archivo General de Tribunales. Juzgado Civil y Comercial de 3º Nominación. Leg. 4, 5, 6 y 7. NO DESTRUIBLES.

<sup>100</sup> *La Voz del Interior*, 1/01/1926.

rior, que luego se conoció con el nombre “la huelga grande”, por cuanto se mantuvo de manera ininterrumpida<sup>101</sup> desde mediados de febrero de 1926, o sea antes de nacer *El País*, hasta fines de julio del mismo año, aunque los hechos violentos se sucedieron de manera más aislada hasta fines de 1926. El Sindicato de Difusores de la Prensa<sup>102</sup> que agrupaba a un buen número de canillitas, pero no a todos, le exigía a *La Voz del Interior* que les fuera vendido el ejemplar a 0,5 ctvs.<sup>103</sup> y la facultad de nombrar empleados, los que no podían ser despedidos sin el consentimiento del sindicato. Si bien la primera modalidad era bastante conocida como forma de disputa entre los diarios con el objeto de mermar la venta callejera, la segunda parecía exorbitada. Algunos canillitas a pesar de la huelga vendían el diario y se sospechaba que *La Voz del Interior* se los cedía a 5 ctvs., con el propósito de romper la huelga.<sup>104</sup> El mismo diario hizo pública la situación en numerosas crónicas cuyos títulos denunciaban las agresiones sufridas por los canillitas llamados “libres” que vendían el diario y se defendían utilizando armas de fuego. *La Voz del Interior* los justificaba en virtud de la pasividad y tolerancia policial respecto de los hechos: “*la defensa personal es la única garantía que les queda a los canillitas asaltados para resguardar sus vidas*”<sup>105</sup> El diario defendía la libertad de trabajo y reclamaba la intervención del juez del crimen, lo que parece no haber ocurrido.

Más allá de los motivos declarados para la huelga, podría haber existido el deseo de entorpecer la circulación de *La Voz del Interior* y de perjudicarlo económicamente, en tanto el enfrentamiento del diario con Ramón J. Cárcano y el Partido Demócrata

---

<sup>101</sup> En tales circunstancias el personal del diario en automóvil se encargaba de distribuir el diario.

<sup>102</sup> En el año 1928 se habla de Federación de Difundidores de la Prensa.

<sup>103</sup> Habitualmente se vendía a los canillitas a 0,6 ctvs.

<sup>104</sup> Archivo General de Tribunales. Juzgado Civil y Comercial de 3º Nominación. Leg. 4, 5, 6 y 7. NO DESTRUIBLES.

<sup>105</sup> *La Voz del Interior*, 15/03/1926.

había sido violento en oportunidad de las elecciones para gobernador de Córdoba, que habían tenido lugar un año antes.

El resto de los diarios no se pronunció al respecto, pero *Los Principios* aprovechó la ocasión para disputar la plaza de otra manera. Entre un diario que circulaba con dificultad y otro que se anunciaba y, luego, recién comenzaba a llegar al público, ofrecía mediante atrayentes recuadros rebajas importantes en los avisos clasificados, y comenzó la publicación de ediciones de 24 páginas los domingos, provistas de mucho material de lectura y hasta de 20 páginas en algún día de la semana. Simultáneamente, anunciaba en primera página, las tres grandes operaciones realizadas “en su plan de expansión”: la adquisición de un inmueble que en realidad se había realizado previamente, la compra a la National Paper and Tite Company de quinientas toneladas de papel y cuatro linotipos para añadir a la nueva máquina adquirida en 1924 y un nuevo taller de fotograbados.<sup>106</sup> Cuando publicó por primera vez la edición de 24 páginas destinaba un jactancioso artículo al acontecimiento, que en la primera parte hacía una descripción de los contenidos y en el segundo señalaba: “*Hemos dejado para el final. Al principal colaborador de este número: al comercio de Córdoba, el más inteligente, el más progresista, y seguramente por ello el más próspero del interior de la República. A su aprecio al diario, al reconocimiento inapelable que profesa a la propaganda en nuestras columnas, al hecho de que las considere una continuación de sus oficinas, sus directoras de venta, el eje de su evolución económica, deben mucho de su aparición estas páginas, que por una razón de consorcio, muy lógico y muy íntimo le devuelve diariamente en prosperidad lo que le entrega el comercio, en apoyo y en fe a sus resultados*”. Es sintomática ésta explicitación que, como otras que vimos con anterioridad, parecen estar destinadas a exhibir la simbiosis necesaria entre prensa y publicidad.

---

<sup>106</sup> Los Principios, 11/03/1926

Si bien todos estos métodos hablan de una disputa corriente y por momentos violenta, también se mencionan procedimientos desleales que consistían en el desprestigio de algún artículo de consumo (carne, pescado, etc.) con el objeto de forzar la publicidad, los que eran objeto de severas críticas por los otros diarios. Aun cuando esto permanezca en la equívoca zona de continuos ataques y disputas entre periódicos, un análisis pormenorizado arrojaría la frecuencia o no de notas de las que podría desprenderse esta modalidad para forzar la publicación de avisos.

Si la publicidad existió en todos los diarios que hemos nombrado, por cierto, se concentró cuantitativamente en los de mayor circulación por la tendencia natural en los comerciantes de no arriesgar en diarios cuya venta era al menos escasa. Los diarios satelitales nombrados anteriormente también tenían publicidad. Es posible hipotetizar que devendría en buena parte de comerciantes simpatizantes con su línea editorial o allegados a sus propietarios, publicidad oficial, más algunas de comercios que, según se observa, anunciaban en todos los diarios, como por ejemplo algunas farmacias.

## Los avisos oficiales

Los avisos oficiales, cuya inserción se hacía por mandato de las autoridades y para asuntos relacionados con la administración pública no presentan a simple vista la necesidad de intermediarios, sin embargo, las empresas admitían que acostumbraban a reconocer comisión igual que a los avisos comerciales. Se decía en este caso que los corredores tenían la misión de recordarles a los funcionarios del diario. En el año 1925, el Poder Ejecutivo de la Provincia dispuso: “*Los avisos oficiales se mandarían publicar por riguroso turno en los diarios de la Capital y de la Provincia, en su caso alternando uno de la mañana y otro de la tarde y procurando que cada diario reciba avisos por un importe igual por mes*”. *La Voz*

*del Interior* dudaba de este beneficio, a primera vista equitativo, en cuanto señalaba que a pesar de su supuesta ecuanimidad traía aparejados inconvenientes, ya sea para el fisco como para los interesados en las licitaciones de obra públicas y el aprovisionamiento de materiales. Señalaba que, si cada diario de la provincia enviara su tarifa de avisos y siguiendo el orden de turnos correspondiera a un periódico de campaña la inserción de un llamado a licitación, ¿cómo harían los interesados para enterarse de este aviso? Y se respondía: “*Lo natural sería que se suscriban entonces a todos los diarios habidos y por haber, aunque se trate de órganos de menor cuantía. En ese caso se precisará destinar lo menos \$50 por mes, cantidad que al año se habrá elevado a \$600, lo que ya es una erogación gravosa. Y todo esto sin contar los diarios de fuera de Córdoba que también pueden faltar en casa de los proponentes.*”

La norma ni se debió cumplir ni se observa en adelante un reclamo por su acatamiento, al contrario, se reconocía claramente la inexistencia de normas en este ámbito, lo que daba ocasión para ejercer “influencias remuneradas” que encarecían al mismo gobierno el precio de la publicidad.

## **Conclusiones**

Este trabajo ha procurado mostrar la importancia de la publicidad como modo de sostenimiento de la prensa cordobesa en un período determinado. No se trata de un análisis crítico, pero sí de una cuestión significativa: si los diarios prosperaron fue con un creciente apoyo del comercio. Esto es, la primera expansión de la prensa se logró a expensas de su organización financiera y la publicidad tuvo un rol clave.

Generalmente es poco lo que se conoce de estos años que seguramente fueron un terreno prolífico para la instalación, desde 1930, de agencias y formación de profesionales, como posiblemente para la creación de responsables de publicidad en los

diarios. Aunque muy significativo, el período puede considerarse todavía como germinal con mayor desarrollo hacia finales de la década. Y esto parece coincidir con la suerte de la publicidad de los comercios de la ciudad

En agosto de 1925,<sup>107</sup> *La Voz del Interior* publicaba un artículo denominado *Propaganda Comercial* en el que afirmaba que el comercio de Córdoba no había innovado en absoluto sus métodos de propaganda en 30 años, aunque no se refería a los avisos en la prensa. Sin embargo, al poco tiempo la publicidad conquistaba progresivamente el comercio de Córdoba. En 1926 ya funcionaba, aun cuando no conocemos desde cuándo, la compañía<sup>108</sup> de publicidad “Selección”.<sup>109</sup> Aparece como organizadora de un gran sorteo para la navidad<sup>110</sup> del año 1926 con varios premios y cuyos cupones se encontraban distribuidos en comercios de la ciudad. Quizás a ella se debió la propaganda de las liquidaciones que en el año 1927 realizaron algunas casas como Gath & Chaves, Bartolas, Cassini, Fabio con motivo de la finalización de la temporada de invierno y que consistía en el recorrido de una carroza convenientemente adornada y con grandes carteles que *La Voz del interior* consideraba una “inteligente campaña”: “*Los grandes emporios comerciales de nuestra ciudad han introducido en el programa de sus actividades mercantiles como un factor imprescindible el factor propaganda. Propaganda efectista que saliéndose de la vulgaridad de los antiguos sistemas halaga y a la vez despierta la curiosidad pública*”.<sup>111</sup>

No sabemos qué tipo de relación tuvo esa compañía con los diarios, pero sí se observan simultáneamente en la prensa grandes campañas publicitarias que habían modernizado notablemente su

<sup>107</sup> *La Voz del Interior*, 20/08/1925

<sup>108</sup> Se habla de “compañía” y no de “agencia”.

<sup>109</sup> Su comisión directiva estaba integrada por Gustavo Nolte, Federico Cárrega Nuñez, Telma Pino y Joaquín Batau.

<sup>110</sup> *El País*, 25/09/1926 y días posteriores.

<sup>111</sup> *La Voz del Interior*, 1/08/1927.

estilo. Por ejemplo, las de Gath & Chaves, siempre novedosas, tenía la particularidad de que sus anuncios iban variando el diseño con los días. También la casa de calzados Fabio presentaba en la prensa con su logo la historieta *Cachito, su loro y el terrible don Bombita*, una tira narrativa de cinco cuadros.

La publicidad iba adquiriendo una centralidad inesperada. Casi a fines de la década, cuando los automóviles cobraron gran visibilidad e importancia, la sección Automovilismo concitaba gran número de avisos específicos. El 11 de noviembre de 1928, *La Voz del Interior* advertía:

### ***Nuestra sección automovilismo***

*La absoluta falta de espacio con que hemos tropezado hoy en razón de la enorme cantidad de avisos que publicamos, nos priva de publicar esta sección como hubiéramos deseado. Por tal causa, postergamos para nuestra edición de mañana el resto de la información respectiva.*

La publicidad, aunque de añeja procedencia, alcanzaba un rango hasta entonces no conocido en Córdoba, aunque ya de esta última fecha ignoramos el monto de los anuncios en la prensa. De todos modos, se había desarrollado un camino fecundo para la publicidad que daría pasos importantes poco tiempo después. Se conoce por ejemplo que en 1940 la Asociación Argentina de la Propaganda, abrió la primera escuela de publicidad. Es justo reconocer que, en la reforma del plan de estudios realizada en 1935, por la entonces Escuela de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, se incluyó como materia la enseñanza de la publicidad. En 1939, se comenzó a publicar, para completar el curso, la “*Revista del Instituto de Publicidad*” que recogería numerosos artículos referidos a la profesionalización del campo.

## Referencias

- BARRÈRE, Bernard (1982): “¿Polisemia de la prensa? Variante e invariante”, en Barrère, Bernard et al.: *Metodología de la historia de la prensa española*. Siglo veintiuno. Madrid.
- BORRINI, Alberto (2009): “La madurez. Contexto profesional”, en Aprile, Orlando et al.: *La publicidad cuenta su historia*. La Crujía Buenos Aires.
- BOURDIEU, Pierre: *Sobre la televisión* (2000). Anagrama. Barcelona. Tercera edición en español.
- COLOMBO, Luis (1936): “La Argentina industrial, sus problemas. La propaganda en su evolución”, en *Revista de Economía Argentina*. Año 18. Tomo 35. Noviembre de 1936. pp185-189.
- GARCÍA, Raúl (1941): “El departamento de publicidad de un negocio de comisiones y consignaciones”, en *Revista del Instituto de Publicidad*. Tomo I. N° 2. Talleres Gráficos de la Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba pp.89-117.
- LIENDO, Héctor Hugo (1941) “El mercado de Brasil para el trigo y las harinas argentinas y la publicidad”, en *Revista del Instituto de Publicidad*. Tomo I. N° 3. Talleres Gráficos de la Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba. pp. 5-44.
- Sáitta, Sylvia (1998): *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Sudamericana. Buenos Aires.
- OJEDA, Alejandra V. (2009): “Del reclame a la publicidad. La transición hacia la modernidad publicitaria en la prensa periódica argentina”, en *Pensar la publicidad. Revista internacional de investigaciones publicitarias*. Vol. III, N° 2. pp.133-148. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/>
- VAGLIENTE, Pablo J. (2015): *Asociativa, movilizada, violenta. La vida pública en Córdoba, 1850-1930*. Eduvim. Villa María. Córdoba.
- ZAVALA RODRÍGUEZ, Carlos Juan (1947): *Publicidad comercial. Su Régimen legal*. Editorial Depalma. Buenos Aires.

## Archivos consultados

Hemeroteca de la Legislatura de la Provincia de Córdoba.  
Centro de Documentación. Biblioteca Mayor. UNC.  
Centro de Documentación Juan Carlos Garat. Cispren.

Archivo General de Tribunales. Centro de Documentación Histórica.  
Poder Judicial de la Provincia de Córdoba.

# Capítulo 6

## De lo impreso a lo digital: periódicos y procesos de convergencia<sup>112</sup>

---

Maira Evangelista de Sousa<sup>113</sup>  
Ana Gruszynski<sup>114</sup>

### Resumen

En el ámbito de las organizaciones de periodismo tradicionales, cambios relacionados con la convergencia afectan a las esferas

---

<sup>112</sup> Este texto presenta parte del estudio llevado a cabo para la tesis de doctorado “Jornal e mobilidade: reconfigurações do impresso ao multiplataforma”, defendida en el Programa de Posgrado en Comunicación e Información de la Universidad Federal de Río Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS) y financiada por la “Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior” (CAPES) vía bolsa de doctorado (2014-2018).

<sup>113</sup> Profesora del Programa de Posgrado en Comunicación, Lenguajes y Cultura de la Universidad de la Amazonía (PPGCLC/UNAMA). Post-doctoranda del Programa de Posgrado en Comunicación, Cultura y Amazonía de la Universidad Federal de Pará (PPGCOM/UFGPA). Doctora en Comunicación e Información (PPGCOM/UFRGS). Miembro de los Grupos de investigación “Laboratório de Edição, Cultura & Design” (LEAD), “Interações e Tecnologias na Amazônia” (ITA) e “Inovação e Convergência na Comunicação” (InovaCom). Brasil, correo: maira.evangelistadesousa@gmail.com.

<sup>114</sup> Profesora del Programa de Posgrado en Comunicación e Información de la Universidad Federal de Río Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Investigadora del “Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico” (CNPq). Doctora en Comunicación Social (PPGCOM/PUCRS). Coordinadora del grupo de estudios “Laboratório de Edição, Cultura e Design” (LEAD), Brasil, correo: anagru@gmail.com.

editorial, empresarial, profesional, del público y tecnológica. Con base en un estudio bibliográfico y documental, el presente texto recupera históricamente aspectos centrales de esas transformaciones, con el objetivo de sistematizar puntos relevantes de cambios asociados a esas esferas en lo que atañe a periódicos, resaltando ejemplos de periódicos brasileños así como otros norteamericanos y europeos.

### **Resumen:**

En el ámbito de las organizaciones de periodismo tradicionales, cambios relacionados con la convergencia afectan a las esferas editorial, empresarial, profesional, del público y tecnológica. Con base en un estudio bibliográfico y documental, el presente texto recupera históricamente aspectos centrales de esas transformaciones, con el objetivo de sistematizar puntos relevantes de cambios asociados a esas esferas en lo que atañe a periódicos, resaltando ejemplos de periódicos brasileños así como otros norteamericanos y europeos.

### **Palabras clave**

Brasil - Periódicos - Convergencia - periodística - Periodismo Digital.

### **Introducción**

En los procesos de convergencia periodística (Barbosa, 2009; Kolodzy, 2006, 2009; Salaverría; Avilés; Masip, 2010), periódicos que construyeron su identidad y credibilidad en trayectorias asociadas a la publicación en papel se vienen adaptando e invirtiendo en otros productos para conquistar nuevos públicos y mantener

aquellos ya atendidos por los vehículos. Los vínculos establecidos históricamente entre títulos impresos y sus lectores – cuya puesta en operación se efectúa por contratos de comunicación (Charau-deau, 2007) –, se desplazan hacia otros soportes en la medida en que sus productos son puestos a disposición en plataformas digitales (Gruszynski, 2012). Existe una alteración y el redimensionamiento de esos contratos, que pasan a tener especificidades con relación a cada una de las plataformas utilizadas (Belochio, 2012; Gruszynski; Lindemann; Oliveira, 2014), teniendo en vista que las primeras ediciones de periódicos en soportes digitales surgen en la década de 1990 (Barbosa, 2009; Sousa, 2008).

En el ámbito de las organizaciones de periodismo tradicionales, esos cambios afectan las esferas de lo editorial, empresarial, profesional, del público y tecnológica (atravesando esta última todas las demás). Con base en una búsqueda bibliográfica (Stumpf, 2005) y documental (Ketele; Roegiers, 1993), el presente texto recupera históricamente aspectos centrales de esas transformaciones, con el objetivo de sistematizar puntos relevantes de cambios asociados a esas esferas, tomando como ejemplos publicaciones brasileñas, norteamericanas y europeas.

## **Periódicos y tecnologías digitales: iniciativas pioneras**

El periodismo producido para circulación y consumo en soportes digitales existe hace ya más de dos décadas. Esa modalidad de periodismo –ciberperiodismo<sup>115</sup>– se encuentra asociada a tres momentos principales de desarrollo tecnológico, conforme Bell y Owen (2017). El primero fue marcado por el surgimiento del comercio en Internet y de la banda ancha. El segundo por

---

<sup>115</sup> Dado el presupuesto de que todos los procesos y prácticas periodísticas actualmente ocurren por medio de tecnologías digitales, se optó por el uso del término *ciberperiodismo* en referencia al periodismo difundido en soportes digitales y/o digitales móviles.

una mayor disponibilidad de tecnologías de banda ancha y por la WEB 2.0. El tercero, a su vez, se viene caracterizando por el surgimiento de teléfonos inteligentes (*smartphones*) y la web móvil que ocupan cada vez más el lugar de los ordenadores de mesa.

Todavía en la década de 1970, con la revolución de la tecnología de la información (Castells, 1999), los soportes digitales, poco a poco, empezaron a ser empleados en la producción y en la circulación periodística. Los periódicos se sitúan entre las primeras empresas en publicar en ellos, empleando videotexto <sup>116</sup>, teletexto, audiotexto, fax y CD-ROM (Sousa, 2002). En la segunda mitad de la década de 1970, *The New York Times* empezó a usar el banco de datos (*bank* de *The New York Times*) para poner a disposición “[...] resúmenes y textos completos de artículos para suscriptores con pequeños ordenadores [...]” (Barbosa, 2002, p. 34) y da inicio a pruebas con teletexto. En la década siguiente, los periódicos de los Estados Unidos pasaron a vender resúmenes informativos para suscriptores con aparatos de fax. Además, durante ese período, existía la posibilidad de que los periódicos publicasen contenidos por medio de redes de proveedores previo pago (Barbosa, 2002). Se considera *The Wall Street Journal* como pionero al poner a disposición la versión impresa en la red norteamericana *Prodigy* en los años 1980 (Sousa, 2008).

El primer periódico en lanzar una edición completa digital fue *The Chicago Tribune* por medio de la red del proveedor *America OnLine* (AOL) en 1992 (Barbosa, 2002). Se considera *San*

---

<sup>116</sup> Videotexto es una denominación genérica empleada para “[...] cualquier sistema de información textual electrónica enviado por un centro emisor, transmitido por ondas para aparatos de televisión convencional.” (Barbosa, 2002, p. 34). Según la autora, “[...] se considera el principal precursor de los actuales productos periodísticos digitales, aunque, además de él, se pueden citar igualmente el teletexto (una especie de videotexto, valorado como más interactivo, pues permitía que el usuario seleccionase entre varias opciones), el audiotexto (sistema para transmitir informaciones y servicios complementarias a aquellos ofrecidos por el periódico, aunque puestos a disposición mediante el teléfono) y la difusión de noticias a través de fax.” (Barbosa, 2002, p. 34).

*Jose Mercury Center*, que pertenece a *San Jose Mercury News*, como uno de los pioneros (Barbosa, 2002; Sousa, 2008). Al principio, las ediciones para web de *San Jose Mercury News* eran divulgadas por AOL y, en seguida, pasaron a ser publicadas directamente en internet (Barbosa, 2002), desarrolladas específicamente para ese ambiente. Sousa (2008), cita también el *Diario Expo 92*, de España, que se encontraba disponible en la red de AOL, como una de las experiencias iniciales.

En Brasil, siguiendo el modelo de *The New York Times*, el *Jornal do Brasil* crea en 1993 el *Serviço Instantâneo de Notícias* (SIN), cuyo objetivo era enviar notas de economía y política a las bolsas, casas de corretaje y bancos (Baldessar, 2009). Se considera igualmente a ese periódico como el primero en el país en poner a disposición su edición completa en la Web, el 28 de mayo de 1995. Sin embargo, fue *O Estado de S. Paulo* que invirtió preliminarmente en el periodismo en internet, operando “[...] servicios informativos por la Web, a través de enlace con *World News*, de Washington” (Barbosa, 2002, p. 25) y fue el *Jornal do Commercio*, de Recife, el que primero lanzó un servicio propio vía *Gopher*, un sistema que incluía apenas textos y permitía el acceso por medio de menús a las informaciones que se hospedaban en distintos ordenadores en la red (Barbosa, 2002). Todavía en el año de 1995, otros periódicos empezaron a circular en Internet. Esas experiencias pioneras se dieron, la mayoría de las veces, apenas por la transposición de contenidos de los periódicos impresos.

Cabe destacar que los periódicos se encuentran entre los sectores cuya presencia en Internet se da desde el inicio de su expansión. En Brasil, la *Empresa Brasileira de Telecomunicações* (Embratel) puso a disposición el servicio de conexión para los medios periodísticos por medio de *Infoserv*. Esa acción formaba parte de estrategias del Gobierno que, por medio del “[...] Ministerio de Comunicación planeó una fase intermediaria para el período de implantación de Internet.” (Mielniczuk et al., 2015, p. 55). Eso

incentivó el mercado, mientras que la legislación todavía no se encontraba totalmente establecida, promocionando la circulación de contenido en lengua portuguesa mediante las organizaciones de periodismo (Mielniczuk et al., 2015).

A finales de 1998, se crean los portales periodísticos en Brasil (Barbosa, 2002; Silva Júnior, 2000). Para que se llame portal, una página web debe ofrecer el mayor número posible de informaciones y de servicios. Constituyéndose de “[...] páginas que centralizan informaciones generales y especializadas, servicios de correo electrónico, canales de chat y relacionamiento, centros comerciales virtuales, mecanismos de busca en la Web, entre otros [...]” (Barbosa, 2002, p. 40), funcionando como puerta de entrada principal para guiar la navegación de los usuarios por la Web. Un portal periodístico, a su vez, busca ofrecer “[...] de manera rápida una visión más general del contenido. Dejando el despliegue más pormenorizado para que el usuario acceda, de acuerdo con su grado de interés.” (Silva Júnior, 2000, p. 77). El modelo de periodismo de portal fue adoptado por los conglomerados mediáticos brasileños, dado que esos espacios agregaban audiencia (Barbosa, 2002).

Más adelante, se hizo posible la publicación de informaciones destinadas a los soportes digitales móviles debido al proceso de miniaturización de los teléfonos y de los ordenadores sumado a la emergencia de internet móvil, dado que esos soportes son originales de la telefonía, de la telecomunicación y también de la computación (Pellanda, 2009). La expansión de las publicaciones en esas plataformas se da de forma desigual (Nel; Westlund, 2012), con las primeras publicaciones siendo orientadas hacia el *pager*<sup>117</sup> ya a finales de la década de 1990 (Westlund, 2013). A principios de los años 2000, empieza la oferta de servicios por suscripción para

---

<sup>117</sup> Aparato electrónico portátil que recibe mensajes transmitidas por una central, mostrándolos en una pequeña pantalla; conocido también como *bip*.

la recepción de informaciones por medio de SMS y MMS <sup>118</sup> para móviles en vehículos como *BBC*, *El País*, *The Sun* (Fidalgo, 2009). En seguida, se crean las páginas web móviles que, hasta 2006, se accedían vía navegadores del celular (Westlund, 2013).

En Brasil, la primera experiencia se dio cuando el periódico *A Folha de S. Paulo* lanzó el servicio de distribución de noticias vía WAP <sup>119</sup>. El *FolhaWAP* entró en la red el día 24 de marzo de 2000. Ese mismo año, el periódico *Estado de S. Paulo* y la *Editora Abril* lanzan portales WAP, aunque la *Editora Abril* inaugura el servicio de noticias vía SMS (Ferreira, 2005; Carmo, 2008). Hasta 2008, las posibilidades de contenido periodístico en el celular se basan en los formatos para WAP y SMS (Carmo, 2008).

Con el lanzamiento del *iPhone*, a partir de 2007 surgen los aplicativos móviles (Westlund, 2013), y periódicos como *The New York Times*, *El País*, *Le Monde* y *The Daily Telegraph* crean aplicaciones específicas para el aparato (Fidalgo, 2009). En 2009, con *Kindle*, vehículos como *The New York Times*, *Wall Street Journal*, *Washington Post* y *Le Monde* también inician sus experiencias orientadas a ese soporte. Con el inicio de las ventas del *iPad*, se crean periódicos específicos para el aparato. El primero fue *The Daily*, en 2011 (Nunes, 2013). En seguida después, se lanzan los periódicos vespertinos - su nombre se refiere al horario de su publicación, que se daba siempre al final de la tarde. El primero a ser publicado fue *iPad Evening Edition* del periódico *The Times* todavía en 2011, seguido de *The Orange Country*, *Gulf News*, *La Repubblica Sera*, entre otros (Canavilhas; Satuf, 2013).

En Brasil, la primera aplicación para *iPhone* fue de *O Estado de S. Paulo* en abril de 2009 (Agência Estado, 2009). El mismo año, *Globo* y *Zero Hora* lanzan sus ediciones para *Kindle* (Inovação...,

---

<sup>118</sup> *Short Message Service*, servicio de mensajes cortos. El SMS evoluciona para MMS, *Multimedia Message System*, haciendo posible el envío junto al texto de imágenes, audios e, incluso, de videos cortos.

<sup>119</sup> *Wireless Application Protocol*, estándar internacional para aplicaciones que utilizan comunicaciones de datos digitales inalámbricos/internet móvil.

2009). Las experiencias iniciales en *iPad* fueron dos vehículos, *O Estado de S. Paulo* y *O Globo*, en abril de 2010 (Estadão..., 2010; Jornal..., 2010). El primero desarrolló una aplicación específica para el aparato, mientras que el segundo lanzó una versión adaptada del periódico impreso. Las versiones vespertinas pioneras fueron *O Globo A Mais* y *Estadão Noite*, que surgen en janeiro y abril de 2012, respectivamente (Canavilhas; Satuf, 2013).

En lo relativo a las tecnologías vestibles, existen iniciativas de publicación de contenido periodístico sea en gafas como en relojes inteligentes (Sousa, 2016). Las primeras experiencias con noticias en *Google Glass*<sup>120</sup> se realizan por el canal estadounidense de noticias por cable *CNN*, por el periódico inglés *The Guardian* y por el estadounidense *The New York Times*. En los relojes inteligentes existe, inicialmente, constancia de esos mismos vehículos de noticias y, a partir de 2015, de *G1* y de *UOL* en Brasil (Sousa, 2016). Las aplicaciones específicas para esos soportes surgen también en 2015, como ejemplos tenemos *BBC News*, *Le Monde*, *The New York Times*, *CNN* y *ESPN* (Sobrinho Neto, 2016; Sousa, 2016, 2017a).

Cabe resaltar también que algunos periódicos brasileños pasaron a circular apenas en su versión digital, como fue el caso de *Jornal do Brasil* y de *Gazeta do Povo*. El primero dejó de circular en papel hace ocho años, aunque volvió a ser impreso. Pasado otro año, declaró que pasará a existir apenas en su versión digital ahora en 2019 (O Globo..., 2019). Por otro lado, *Gazeta do Povo*, desde 2017, finaliza sus ediciones impresas y pasa a invertir apenas en la digital (Gazeta..., 2017).

## Convergencia periodística

En las últimas dos décadas ha habido una explosión de técni-

---

<sup>120</sup> Experiencias realizadas durante la fase de pruebas de *Google Glass*.

cas y de herramientas (Anderson; Bell; Shirky, 2013) que han sido apropiadas en los procesos periodísticos, como se ha pretendido poner en evidencia a partir del breve registro histórico sistematizado en la sección anterior. La digitalización y la miniaturización de tecnologías, así como el desarrollo de las telecomunicaciones y la expansión de Internet, han puesto en cuestión normas y prácticas de producción, de circulación y de consumo de informaciones en un ambiente mediático en plena mutación (Charron; Bonville, 2016). Nos llegan noticias en los lugares más variados y que son producidas por una diversidad de fuentes (Anderson; Downie Jr.; Schudson, 2016). El periodismo pasó a ser visto en su punto de agotamiento debido a los movimientos de copias automatizadas de noticias, contenido generado por usuarios, tecnologías vestibles, realidad virtual, así como por el cierre de ediciones impresas de vehículos de noticias tradicionales y la dimisión de muchos periodistas (Zelizer, 2017).

Las reconfiguraciones que marcan el periodismo contemporáneo están asociadas a los procesos de convergencia. Ese término fue empleado por primera vez, según Gordon (2003), en las ciencias y la matemática. Aunque no indique cuando el término convergencia fue empleado por primera vez en el ámbito de las tecnologías de la comunicación, el autor resalta las aportaciones de Ithiel de Sola Pool en la popularización de la expresión a partir de la publicación del libro *Technologies of Freedom*, en 1983. Conforme Jenkins (2009, p. 37), fue probablemente ese “[...] el primer libro en delinear el concepto de convergencia como un poder de transformación dentro de las industrias mediáticas.”

El término convergencia es polisémico y se utiliza para referir a productos, sistemas y procesos (Salaverría; Avilés; Masip, 2010). En texto de 2002, Quinn define el periodismo múltiple o periodismo de convergencia, el cual implica la reutilización del material editorial de los periódicos para otros soportes, como el ordenador y/o el móvil, por ejemplo. Posteriormente, el discurso

de la convergencia pasó a ser el “nuevo emperador del orden” en las organizaciones de periodismo (Adghirni, 2012), entendiéndose ese como una de las medidas tomadas por las organizaciones para reducir costos y ganar cohesión (Müller, 2012). Con el tiempo, la convergencia fue concebida no apenas como un reaprovechamiento de contenidos, sino como un proceso que implicaba también la producción orientada específicamente hacia las nuevas plataformas.

Kolodzy (2006, 2009) la entiende como una forma de pensar los procesos de producción y de entrega de noticias, empleando el potencial máximo de cada medio y reforzando la misión principal del periodismo: “[...] informar al público sobre el mundo de la mejor manera posible.” (Kolodzy, 2009, p. 32<sup>121</sup>). Según la autora (2006, p. 4), la mejor estrategia no sería usar apenas un medio, sino múltiples medios: “[...] hacer periodismo para un público que algunas veces recibe noticias por los periódicos impresos, otras veces recibe noticias vía televisión y radio e, incluso, otras veces busca noticias en línea.” De esta forma, sería posible llamar la atención de un público que se encontraba cada vez más diversificado y fragmentado y, al mismo tiempo, se obtendría un camino hacia la consolidación de empresas de noticias. (Barbosa, 2009), además de considerar la distribución de múltiples plataformas con tratamiento de informaciones empleando el modo integrado hipertexto, hipermedia e interactividad en los soportes digitales, indica atributos relacionados a la reorganización de las redacciones, al reportero multitarea, a la introducción de nuevas funciones y a la actuación del público en los procesos periodísticos.

Salaverría, Avilés y Masip, a su vez, definen la convergencia periodística como un proceso provocado por la implantación de tecnologías digitales que sucede en varias dimensiones:

[...] afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y

---

<sup>121</sup> Traducciones realizadas por las autoras.

editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (Salaverría; Avilés; Masip, 2010, p. 59).

Conforme Salaverría (2010), cuatro áreas fundamentales la estructuran: (1) tecnológica (multiplataforma): un mismo contenido puede ser consumido instantáneamente por medio de múltiples soportes y canales; (2) empresarial (concentración): nuevas maneras de organizar la logística con la intención de mejorar la productividad; (3) profesional (polivalencia): el reportero pasa a ser polivalente, necesita producir diferentes contenidos (texto, fotografía, video, etc.) para los diversos medios de un mismo vehículo u otros que compongan un mismo grupo empresarial; (4) de contenido (multimedialidad): es el resultado de otras tres modalidades de convergencia, referente a la creciente hibridación de los contenidos y formatos a disposición del público por medio de distintas plataformas. A continuación, se considerarán las especificidades de los procesos de convergencia en el ámbito de los periódicos.

## **Convergencia y periódicos**

Los periódicos impresos han enfrentado diversos tipos de crisis, desde 1960. Los procesos de informatización de los vehículos de noticias se dieron en los sectores administrativos y comerciales de las empresas, llegando hasta las redacciones apenas en las siguientes décadas (Adghirni, 2012; Müller, 2012). La lógica económica de fondo conlleva la meta de crecimiento de productividad y reducción de costos (Müller, 2012). Con el desarrollo de las redes de información y de comunicación, empresas tradicionales

del ramo de telecomunicaciones e informática pasaron a actuar en la producción de contenidos (Adghirni, 2012). Títulos ya consolidados a partir de lo impreso (Adghirni, 2012) invirtieron en la diversificación de productos con el objetivo de llamar la atención del público.

Sumados a esas transformaciones, se resaltan los cambios sucedidos en las empresas periodísticas al final de la década de 1990, relativas a la alteración de la estructura financiera con la apertura de capital de muchas empresas que tradicionalmente eran familiares: “[...] la irrupción de la era digital puso en jaque todo el modelo de negocio de esas empresas, imponiéndoles el desafío de reinventarse o sucumbir.” (Müller, 2012, p. 150). El modelo adoptado por los ciberperiódicos se distinguía de aquel históricamente seguido por los impresos: “[...] en lugar de buscar el sustento económico y una combinación variable de ingresos por publicidad y circulación, adoptaron un modelo de radiodifusión abierta: sustento apenas por publicidad y acceso gratuito.” (Müller, 2012, p. 159). Debido a la crisis del modelo de negocios de los vehículos de noticias y del lento desarrollo de las ediciones digitales, empezaron a probarse modelos híbridos de acceder a los ciberperiódicos al final de los años 1990 y principios de 2000 (parcialmente gratuito o gratuito para suscriptores de ediciones impresas) (Müller, 2012).

De esa forma, se observa que al principio del siglo XXI, las principales transformaciones del periodismo se referían a los lenguajes y los contenidos, a la reorganización del trabajo de los reporteros, a la estructura de las redacciones y de la industria de la información, a la relación entre vehículos, periodistas y público y a la reestructuración de los procesos de producción y de circulación (Machado, 2000; Pavlik, 2001). Según Barbosa (2016, p. 53), “El fenómeno de la convergencia tecnológica influyó directamente en la conformación de las empresas periodísticas, posibilitando la convergencia periodística, la integración de las salas de redacción, la publicación multiplataforma y, con ella, su renovación.”

Después de dos décadas de historia, los soportes digitales pasaron a ser reconocidos como protagonistas del periodismo, asumiendo el papel principal (Salaverría, 2016a). Aunque los periódicos impresos representen una porción significativa de los beneficios, “[...] priorizar el contenido informativo en línea representa una mirada hacia el futuro, con vista a garantizar que nuevas generaciones de lectores consuman lo que fue producido por empresas profesionales.” (Lenzi, 2017, p. 25). La divulgación de contenidos de noticias en soportes digitales es actualmente ubicua, según Malik y Shapiro (2017), y se manifiesta en: publicaciones en la Web (páginas web), plataformas de redes sociales, web móvil (páginas web con diseño responsivo) y publicaciones (notificaciones), aplicaciones de escritorio y móviles, y comentarios.

El principal desafío ha sido desarrollar estrategias y contenidos optimizados para soportes digitales móviles (Anderson; Downie Jr.; Schudson, 2016) dado que, de manera análoga a dos décadas atrás, “[...] ahora vemos el enorme impacto de dispositivos móviles, que están sustituyendo a los ordenadores.” (Alves, 2016, p. XIV). Con el surgimiento de celulares, teléfonos inteligentes, tabletas y tecnologías vestibles, esos soportes caracterizados por su portabilidad, pasan a ser apropiados por el periodismo, sea en el ámbito de las rutinas productivas, sea en el ámbito de la circulación y consumo de contenidos, acarreado innovaciones para el campo (Sousa, 2017b).

Se consideran innovaciones en el ciberperiodismo, sea el periodismo ubicuo <sup>122</sup>, sea la implementación de *startups* y de otras formas de periodismo empresarial (Deuze, 2017), el empleo de drones, algoritmos, inteligencia artificial (Pavlik, 2015), que pueden constituir modalidades de periodismo robotizado/automati-

---

<sup>122</sup> Modalidad de periodismo que crea y ofrece contenidos informativos multisensoriales, producidos conjuntamente por reporteros, usuarios y sensores que, organizados conforme a criterios personales y algoritmos, se difunden coordinadamente mediante todo tipo de pantallas y en flujo continuo, según el patrón de consumo de cada individuo. (Salaverría, 2016c).

zado (Anderson; Downie Jr.; Schudson, 2016; Salaverría, 2016b). Una relación más corpórea del periodismo con el público (Salaverría, 2016b) se puede dar por medio de contenidos distribuidos en relojes y gafas inteligentes (Sobrinho Neto, 2016; Sousa, 2016, 2017a), así como por medio de gafas de realidad virtual y aumentada (Pase; Pellanda, 2014; Pavlik, 2015; Salaverría, 2016b; Baccin; Sousa; Brenol, 2017; Longhi; Lenzi, 2017), y a través de modalidades comunicativas táctiles (vibración, temperatura, forma), olfativas (aroma) y gustativas (sabor) (Salaverría, 2016b).

Aunque exista un escenario de innovaciones, se observó en las más de dos décadas de historia, que el ciberperiodismo pasó por diferentes etapas evolutivas. Estas incluyen desde experiencias pioneras en el uso de videotextos, pasando por la reproducción del periódico impreso en los medios digitales, las primeras iniciativas de uso de las potencialidades de los soportes y plataformas digitales, la integración de los medios tradicionales y los «nuevos» en un *continuum multimedia* y, más recientemente, por medio de la apropiación de tecnologías vestibles y de realidad virtual.

Valorando las diferentes esferas abarcadas por los procesos convergentes, en el ámbito **empresarial**, tenemos la reorganización de los vehículos de noticias (Machado, 2000) y el cambio de modelo de negocios que pasa de industrial a global, móvil y conectado (Pavlik, 2014, 2015). Si antes la prioridad se encontraba en las publicaciones impresas, actualmente está en las publicaciones digitales (Lenzi, 2017; Salaverría, 2016a). Por consiguiente, los soportes digitales móviles ganan cada vez más espacio, y la estrategia de las empresas de noticias pasa a ser de publicación en múltiples plataformas con foco en el *mobile first*. En un escenario en el que proliferan las plataformas usadas por los ciudadanos para la publicación de contenidos, los vehículos necesitan innovar.

Las razones económicas hacen que las organizaciones de periodismo ejecuten dos movimientos principales. Por un lado, se constata el cierre de ediciones tradicionales impresas. Por el

otro, la renovación mediante el periodismo digital, móvil, oblicuo, así como la apropiación y la inversión en drones, algoritmos, inteligencia artificial, bancos de datos, recursos inmersivos y de geolocalización para producción de contenidos y en tecnologías cada vez más miniaturizadas y vestibles para la circulación de informaciones periodísticas. Se entiende que existe un movimiento por parte de las empresas no apenas por publicar informaciones periodísticas en múltiples plataformas, como también en invertir en la producción de contenidos que usen ampliamente las potencialidades de las plataformas digitales y móviles, incidiendo directamente en el modelo de negocios de los tradicionales vehículos de noticias.

En la esfera **profesional**, se da la reorganización de las estructuras de redacción (Machado, 2000) que pasan a ser cada vez más integradas (Barbosa, 2016; Salaverría; Avilés; Masip, 2010), así como las prácticas de trabajo (Machado, 2000; Salaverría; Avilés; Masip, 2010). Los reporteros pasan a actuar de modo polivalente, ejecutando múltiples actividades (Barbosa, 2009; Salaverría; Avilés; Masip, 2010). Concomitantemente, se nota como los nuevos profesionales, principalmente de la tecnología de la información, empiezan a integrar esa práctica (Barbosa, 2009). En un primer momento, el ordenador y, más tarde, los celulares y otras tecnologías digitales móviles, fueron igualmente responsables por los cambios en las rutinas periodísticas. Pasan a darse de forma cada vez más instantánea y móvil (Bradshaw, 2014), con el surgimiento del reportero móvil (Mojo) (Quinn, 2009), debido justamente a la implementación de esas tecnologías que favorecen la transmisión de datos en cualquier lugar y momento (Silva, 2013). La infraestructura que viabiliza flujos de trabajos de modo cada vez más integrado, multitarea y que incluye profesionales de otros campos del conocimiento posibilita que el periódico se distribuya en múltiples plataformas y permite la construcción de narrativas multimedia. Tensiones relativas a la cultura profesional y a las rutinas productivas engendran relaciones en transformación en el

espacio de las redacciones y en la relación de las empresas con sus empleados.

En la dimensión de lo **público**, este pasa a poder ser incluido en los procesos periodísticos. Las tecnologías digitales móviles permiten que los lectores hagan fotografías, videos y textos de manera omnipresente (Pavlik, 2014) que pueden no sólo ser publicadas en sus perfiles en páginas web de redes sociales, como también ser enviados a redacciones e incorporados en los productos de los vehículos de noticias tradicionales. Por medio de acciones participativas de replicación y de intercambio – definidas como recirculación (Zago, 2011) o propagabilidad (Jenkins; Ford, Green, 2014) –, el público lector también puede participar del flujo informacional (Pavlik, 2014; Schwingel; Correa, 2013; Silva Júnior, 2008) colaborando en su potencialización. Si, por un lado, existen reconfiguraciones de la participación del público, por el otro, existen transformaciones en la forma en que los contenidos son recibidos. Los lectores se encuentran más diversificados y fragmentados (Kolodzy, 2006, 2009), si bien también más conectados (Igarza, 2009) y socializando cada vez más por innumerables plataformas (Van Dijck, 2013). Por ende, si, de un lado, las acciones participativas de los lectores colaboran para intensificar el flujo de informaciones y, por consiguiente, la distribución de los contenidos de noticias -por medio de la recirculación/propagación- por el otro, existe una modificación en las formas de consumo de los contenidos periodísticos. En la medida en que el público pasa a estar conectado y socializa mediante distintas plataformas, el consumo se hace móvil, social y ubicuo.

Para alcanzar ese público, la esfera **editorial** pasa también por reconfiguraciones. Con la distribución en múltiples soportes y plataformas (Kolodzy, 2006, 2009; Barbosa, 2009, Salaverría; Avilés; Masip, 2010), el periódico se vuelve un producto multiplataforma y contenidos periodísticos pasan a circular en flujo Oswald; Packer, 2012; Sheller, 2015) de forma continua, pudiendo

do accederse a ellos a partir de distintos dispositivos en diferentes lugares y momentos. Puede obtener el envío de informaciones personalizadas, sensibles al contexto y, por ende, ubicuas. Si, en un primer momento, hubo la reutilización del contenido editorial, ahora, cada vez más, se desarrollan productos orientados a las especificidades de las plataformas de acceso. En esa ecuación, además de ese movimiento de informaciones personalizadas y en flujo continuo, se destacan también las narrativas que engloban recursos inmersivos, de geolocalización, de periodismo guiado por datos, de videos en vivo por medio de páginas web de redes sociales (Pavlik, 2014; Salaverría, 2016b). La relación entre cuerpo y contenido editorial, a su vez, se intensifica debido a la miniaturización de la inteligencia de las tecnologías empleadas, aunque también debido a los recursos modales táctiles (Salaverría, 2016b).

La publicación multiplataforma puede englobar desde pequeñas notificaciones informativas hasta reportajes en profundidad, que pueden ser producidas de manera integrada y distribuidas en flujo continuo. El periódico, de esa forma, adquiere nuevas configuraciones y nuevas formas de acuerdo con el soporte y la plataforma por la cual circula. Existen características relativas al proyecto gráfico y editorial (el nombre del periódico, los colores de la organización) que aseguran su reconocimiento por parte de los lectores y que permite que sea identificado, sea al acceder en su modo impreso, sea vía un portátil o tableta.

## **Consideraciones finales**

El breve rescate y sistematización de las transformaciones tecnológicas significativas que incidieron en las últimas décadas sobre la producción de noticias permite observar la fuerza que la apropiación de los recursos digitales y de las redes tuvo en este campo, especialmente en el ámbito de los periódicos. Los procesos

convergentes que son impulsados por ella, sin embargo, deben ser considerados teniendo en cuenta las diferentes esferas que accionan: editorial, empresarial, profesional, del público y tecnológica, que atraviesa todas las demás. En la esfera empresarial, motivos económicos guían reformulaciones en los modelos de negocios; en la esfera profesional, la integración de los flujos de trabajo y la inclusión de profesionales de otros campos tensiona principios de la actividad y sus rutinas; en la esfera editorial, modificaciones en los soportes y plataformas reconfiguran el periódico, que se vuelve un producto multiplataforma, como un dispositivo; en la esfera de lo público, la posibilidad de participación de los lectores en el proceso y de circulación de contenidos favorece intermediaciones móviles, sociales y ubicuas.

Las potencialidades y cambios destacados en el presente texto, no obstante, cuando son consideradas a partir de una observación amplia y general, tienden a ofuscar una serie de cuestiones complejas que pasan por los agentes que actúan en esos procesos convergentes. Sujetos, grupos, instituciones, corporaciones, máquinas, etc., disputan posiciones tanto discursivamente como en las relaciones que establecen en redes dinámicas que entranan sociedades cada vez más mediatizadas. Llevando en cuenta que se trata de procesos en curso y, por ende, cercanos, es fundamental el ejercicio de estudios y análisis de distintos casos y situaciones que permitan identificar y problematizar la diversidad de sus manifestaciones y ocurrencias. Iniciativas de estudio como las que incentiva el *Pew Research Center*<sup>123</sup>, con foco en Medios y en el Periodismo, y por *Tow Center for Digital Journalism*<sup>124</sup>, con carácter ejemplar, han generado informes y otros documentos importantes que aportan datos y análisis que ayudan en la comprensión y valoración de la intensidad y velocidad de las transformaciones aquí presentadas. El ejercicio metodológico, analítico y crítico es el que

---

<sup>123</sup> Disponible en: <https://www.journalism.org/> Acceso en: 16 abril 2019.

<sup>124</sup> Disponible en: <https://towcenter.columbia.edu/> Acceso en: 16 abril 2019.

permite efectivamente dimensionar y tensionar los varios matices de aquello que aquí fue tratado sobre las características generales.

## Referencias

- ADGHIRNI, Z. L. Mudanças estruturais no jornalismo: travessia de uma zona de turbulência. In: Pereira, F.; Moura, D.; Adghirni, Z. L. (orgs.). *Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias*. Florianópolis: Insular, 2012.
- AGÊNCIA ESTADO. 'Estadão' cria programa para ler notícias no iPhone. Estadão. São Paulo, 6 abril 2009, Notícias. Disponible en: <<https://goo.gl/SDYXnD>>. Acceso en: 20 enero 2018.
- ALVES, R. C. Prólogo. Veinte años después, el ciberperiodismo aún parece un adolescente. In: Salaverría, R. (Org.). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid, Barcelona: Fundación Telefónica/Editorial Ariel, 2016.
- ANDERSON, C.W.; Bell, E.; Shirky, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo da ESPM*, v. 2, n. 5, 2013. p. 30-89.
- ANDERSON, C.W.; Downie Jr, L.; Schudson, M. *The News Media: What Everyone Needs to Know*. New York: Oxford University Press, 2016. Libro electrónico, no paginado.
- BACCIN, A.; SOUSA, M. E.; BRENOL, M. A realidade virtual como recurso imersivo no jornalismo digital móvel. In: CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, C. (orgs.). *Jornalismo móvel: linguagem, géneros e modelos de negócio*. Covilhã: Livros LabCOM, 2017. p. 265-287.
- BALDESSAR, M. J. Mundo digital: Jornal do Brasil na Internet no tempo do PC 386. 2009. Disponible en: < <https://goo.gl/2Mp9FK> >. Acceso en: 3 octubre 2016.
- BARBOSA, S. *Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o Uai e o Ibahia*. 2002. Disertación (Maestría en Comunicación y Culturas Contemporáneas). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporáneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.
- BARBOSA, S. Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, C. (Org.). *Jornalismo On-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed.PUC-Rio: Sulina, 2009. p. 35-55.

- BARBOSA, S. Brasil. In. SALAVERRÍA, R. (Org.). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid, Barcelona: Fundación Telefónica/Editorial Ariel, 2016.
- BELL, E.; OWEN, T. *The Platform Press: How Silicon Valley reengineered journalism*. Nova York: Columbia Journalism School, 2017.
- BELOCHIO, V. C. *Jornalismo em contexto de convergência: implicações da distribuição multiplataforma na ampliação dos contratos de comunicação dos dispositivos de Zero Hora*. 2012. Tesis (Doctorado en Comunicación e Información). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.
- BRADSHAW, P. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In. CANAVILHAS, J. (Org.). *WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCOM, 2014. p. 111-136.
- CANAVILHAS, J.; Satuf, I. *Jornalismo em transição: do papel para o tablet... ao final da tarde*. In. Fidalgo, A.; CANAVILHAS, J. (Orgs.). *Comunicação digital. 10 Anos de investigação*. Coimbra: Minerva Coimbra, 2013.
- CARMO, F. C. *Jornalismo móvel: um estudo do noticiário produzido para celulares*. 2008. Disertación (Maestría en Comunicación). Faculdade de Comunicação Social, Cásper Líbero, São Paulo, 2008.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede* (v. 01.). São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.
- CHARRON, J.; BONVILLE, J. *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2016.
- DEUZE, M. Considering a possible future for Digital Journalism. *Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, v. 8, n. 1, 2017. p. 9-18.
- Estadão lança aplicativo para iPad. *Jornal Estadão*, São Paulo, 3 abril 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/K2uutk>>. Acesso em: 20 enero 2018.
- FERREIRA, P. H. O. *Notícias no celular: uma introdução ao tema*. 2005. Disertación (Maestría en Ciencias de la Comunicación). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- FIDALGO, A. Pushed News: When the news comes to the cellphone. *Brazilian Journalism Research*, v. 5, n. 2, p. 113-124, 2009.
- Gazeta Do Povo. *Gazeta investe em plataformas digitais e encerra edição impressa diária*. *Gazeta do Povo*. Curitiba, 30 mayo 2017, Economia.

- Disponível em: <<http://twixar.me/7lPK>>. Acesso em: 18 abril 2019.
- GORDON, R. The Meanings and Implications of Convergence. In: Kawamoto, K. (Org.). *Digital Journalism: emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2003.
- GRUSZYNSKI, A. C. O papel do design no estabelecimento de contratos de leitura de jornais impressos: um estudo sobre a reforma gráfica de 2010 da Folha de S. Paulo (Brasil). *Estudos em Comunicação*, nº 12, 2012.
- GRUSZYNSKI, A.; LINDEMANN, C.; OLIVEIRA, C. Virando-se por leitores: a reforma editorial e gráfica do jornal Zero Hora no cenário de convergência (2014). In: *Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2014, Foz do Iguaçu – PR. Anais... Foz do Iguaçu: 2014.*
- Inovação na imprensa. Um novo jeito de ler sua Zero Hora. Zero Hora, Porto Alegre, 9 diciembre 2009. *Caderno Geral*, p. 41.
- IGARZA, R. *Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.
- Jornal O Globo lança versão adaptada para iPad. Blog do iPhone. 3 de abril de 2010. Disponível em: < <https://goo.gl/FETtB8>>. Acesso em: 20 enero 2018.
- KETELE, J.M.; ROEGIERS, X. *Metodologia de recolha de dados: fundamentos de métodos de observações, de questionários, de entrevistas e de estudo de documentos*. Lisboa: Instituto Piaget, 1993.
- KOŁODZY, J. *Convergence journalism – writing and reporting across the news media*. Oxford (UK): Rowman & Littlefield publishers, 2006.
- KOŁODZY, J. *Convergence Explained*. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Orgs.). *Understanding Media Convergence*. New York: Oxford University Press, 2009. p.3151.
- LENZI, A. *Inversão de papel: prioridade ao digital como um novo ciclo de inovação para jornais de origem impressa*. 2017. Tesis (Doctorado en Periodismo) – Programa de Pós-graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.
- MACHADO, E. *La estructura de la noticia en las redes digitales (Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo)*. 2000. Tesis (Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación). Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad

- Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.
- MALIK, A.; SHAPIRO, I. What's digital? What's journalis? In: FRANKLIN, B.; ELDRIDGE, S. (Orgs.). *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. London, New York: Routledge, 2017. Livro electrónico, no paginado.
- MIELNICZUK, L; BACCIN, A.; SOUSA, M. E.; BRENOL, M; DANIEL, P. B. Vinte anos de Zero Hora na internet (1995-2015). *Revista Estudos de Jornalismo*, v. 4, p. 53-66, 2015.
- MÜLLER, C. A. A crise estrutural dos jornais e o surgimento das mídias digitais: impactos sobre a produção jornalística. In: PEREIRA, F.; MOURA, D.; ADGHIRNI, Z. L. (Orgs.). *Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias*. Florianópolis: Insular, 2012.
- NEL, F.; Westlund, O. The 4c's of Mobile News. Channels, conversation, content and commerce. *Journalism Practice*, v. 6, n. 5-6, p. 744-753, 2012.
- NUNES, A. C. B. A convergência midiática e editorial no jornalismo móvel: uma análise do The Daily. 2013. *Disertación (Maestría en Comunicación Social)*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.
- O GLOBO. *Jornal do Brasil encerra sua versão impressa*. Globo.com. Rio de Janeiro, 14 marzo 2019, *Economia* Disponible en: < <http://twixar.me/PIPK> >. Acceso en: 18 abril 2019.
- OSWALD, K.; PACKER, J. *Flow and Mobile Media: Broadcast Fixity to Digital Fluidity*. 2012. Disponible en: <<https://goo.gl/ZjMGQB>>. Acceso en: 13 agosto 2015.
- PASE, A.; PELLANDA, E. *Novos Olhares Digitais: Oculus Rift e Google Glass como exemplos de um jornalismo ubíquo*. In: *Anais do 12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor*, 2014, Santa Cruz do Sul – RS. *Anais...* Santa Cruz do Sul: 2014.
- PAVLIK, J. V. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- PAVLIK, J. V. *Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital*. In: Canavilhas, João (Org.). *WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCOM, 2014.
- PAVLIK, J. V. *Transformation: Examining the Implications of Emerging Technology for Journalism, Media and Society*. *Athens Journal of Mass Media and Communications*. v. 1, n. 1, 2015.
- PELLANDA, E. C. *Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações*. *Em Questão*, v. 15, n. 1, p. 89 - 98, 2009.

- QUINN, S. Knowledge Management in the Digital Newsroom. Oxford: Focal Press, 2002.
- QUINN, S. Mojo - Mobile Journalism in the Asian Region. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftung, 2009.
- SALAVERRÍA ALIAGA, R. Estructura de la convergencia. In: LÓPEZ GARCIA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. (Orgs.) Convergencia Digital: Reconfiguración de los médios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servizo de Publicaciones e Intercambio Científico, Universidade de Santiago de Compostela, 2010.
- SALAVERRÍA ALIAGA, R. Ciberperiodismo en Iberoamérica: marco general. In: \_\_\_\_\_ (Org.). Ciberperiodismo en Iberoamérica. Madrid, Barcelona: Fundación Telefónica/Editorial Ariel, 2016a.
- SALAVERRÍA ALIAGA, R. Los medios de comunicación que vienen. In: SÁDABA CHALEZQUER, C.; GARCÍA ANILÉS, J.; MARTÍNEZ-COSTA, M. P. (Orgs.). Innovación y desarrollo de los cibermedios em España. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, 2016b.
- SALAVERRÍA ALIAGA, R. Jornalismo ubíquo: a informação jornalística na Internet das coisas. Covilhá, Portugal, 2016. Conferencia del 3º Congresso Internacional de Jornalismo para Dispositivos Móveis aos participantes do evento, en 22 noviembre 2016c.
- SALAVERRÍA ALIAGA, R.; GARCIA AVILÉS, J. A.; MASIP MASIP, P. M. Concepto de convergencia periodística. In: LÓPEZ GARCIA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. (Orgs.) Convergência Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. p.41-64.
- SCHWINGEL, C.; CORREA, B. Dados, sistemas e circulação no ciberjornalismo: análise do fluxo de produção do jornalismo em bases de dados com preceitos da Teoria Sistêmica e Gestão da Informação. In: VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura – Abciber, 2013, Curitiba – PR. Anais... Curitiba: 2013.
- SHELLER, M. News now. Interface, ambience, flow, and the disruptive spatio-temporalities of mobile news media. *Journalism Studies*. v. 16, n. 1, p. 12-26, 2015.
- SILVA, F. F. Jornalismo móvel digital: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. 2013. 408f. Tesis (Doctorado en Comunicación y Culturas Contemporáneas) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.
- SILVA JÚNIOR, J. A. Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia

- no jornalismo, com estudo de caso do grupo Estado de São Paulo. *Disertación (Maestría en Comunicación y Culturas Contemporáneas)*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.
- SILVA JÚNIOR, J. A. Uma abordagem metodológica sobre a convergência digital e o fluxo de conteúdos no jornalismo contemporâneo. In: DIAZ NOCI, J.; PALACIOS, M. (org). *Metodologia para o estudo dos cibermeios estado, arte & perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2008.
- SOBRINHO NETO, J. C. Novos formatos de distribuição de notícias: The New York Times no relógio inteligente. In: SILVA, F. F. (Org.). *Transmutações no jornalismo*. 1ed. Campina Grande: Eduepb, v. 1, p. 17-44, 2016.
- SOUSA, J. P. Jornalismo On-Line. Fórum Media. *Revista do Curso de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Viseu*, n.º 5, 2002.
- SOUSA, J. P. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/Mj6pJm>> Acesso em: 13 septiembre 2016.
- SOUSA, M. E. Jornalismo em wearables: apontamentos iniciais sobre a circulação de notícias em smartwatches. In: SILVA, F. F. (Org.). *Transmutações no jornalismo*. 1ed. Campina Grande: EDUEPB, 2016.
- SOUSA, M. E. Notícias no pulso: Uma análise de aplicativos jornalísticos em relógios inteligentes. *Revista Observatório*. 2017a.
- SOUSA, M. E. A pesquisa em jornalismo móvel. Um levantamento de teses e dissertações produzidas no Brasil. In. *Anais do 8º Congresso Internacional de Ciberjornalismo – Ciberjor*, 2017a, Campo Grande – MS. *Anais...* Campo Grande: 2017b.
- SOUSA, M. E. *Jornal e mobilidade: reconfigurações do impresso ao multiplataforma*. 2018. Tesis (Doctorado en Comunicación e Información). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.
- STUMPF, I. R. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.
- VAN DIJCK, J. *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press, 2013. Libro electrónico, no paginado.
- WESTLUND, O. *Mobile News. A review and model of journalism in an age of mobile media*. *Digital Journalism*, v. 1, n. 1, p. 06-26, 2013.
- ZAGO, G. *Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação*. 2011. *Disertación*

(Maestría en Comunicación e Información). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

ZELIZER, B. *What Journalism Could Be*. Cambridge, Uk; Malden, Ma: Polity Press, 2017. Libro electrónico, no paginado.



## Capítulo 7.

### **Tensiones en Venezuela, desde El Universal y Aporrea, a un año de la muerte de Hugo Chávez (marzo-abril 2014)**

---

Rodrigo Bruera<sup>125</sup>

#### **Resumen**

En el presente trabajo se pretende abordar la construcción que realizan los medios informativos digitales venezolanos El Universal y Aporrea sobre las primeras protestas masivas en Venezuela entre marzo y abril de 2014, al cumplirse un año de la muerte de Hugo Chávez. Mediante un análisis de contenido, se analiza un corpus de 60 noticias para reflexionar acerca del rol de los medios en la presentación de noticias sobre las tensiones sociales y políticas de la historia reciente venezolana.

#### **Palabras clave:**

América Latina - Política y medios - Venezuela - Noticias.

---

<sup>125</sup> Comunicador Social. Docente e Investigador en FCC-UNC. Maestrando en Relaciones Internacionales en CEA, UNC.

## Introducción

En los primeros meses de 2014, la República Bolivariana de Venezuela ha sido escenario de conflictivas relaciones políticas y sociales. Varias movilizaciones, que tuvieron final violento, se produjeron debido a la falta de alimentos, objetos de consumo cotidianos, alta inflación e inseguridad. Estos hechos -que han repercutido en los últimos años en el ámbito regional sudamericano- no han sido aislados, sino que responden a un complejo entramado que caracteriza la historia venezolana. En efecto, un sector clave y por más elocuente ha sido el de los medios informativos, con posturas a favor o en contra del proceso chavista. Autores como Natanson (2010) sostienen que los medios están ocupando el lugar de la oposición política real a los gobiernos latinoamericanos. Por lo que el debate político ya no se da en las instituciones, sino que se ha trasladado a los escenarios mediáticos.

Si bien este trabajo se circunscribe a los sucesos de febrero-marzo de 2014, puede afirmarse que, de aquel tiempo a esta parte, se llevaron adelante nuevos eventos en tierra venezolana, que ponen en agenda el clima de fluctuación que contiene al gobierno de Maduro y a los principales líderes opositores, y que llega a puntos máximos con la detención de dirigentes opositores, el reemplazo de las funciones de la Asamblea Nacional por el Tribunal Superior de Justicia, el adelanto de las elecciones presidenciales de 2018 y la autoproclamación del opositor Juan Guaidó como “Presidente encargado”, solo por citar algunos. Pese a la distancia entre los hechos que se toman para el análisis de esta investigación y la actualidad, los hechos críticos que ocurren permiten hacer una lectura en clave actual y cobra notable vigencia en este contexto. Todo esto potencia nuestro interés por el tema y es, en este medio, que nos interesó profundizar el conocimiento del proceso venezolano después de la muerte de Hugo Chávez y, en particular, las modalidades del tratamiento informativo de dos

medios de distinta postura editorial, a los fines de acceder a los modos en que la prensa venezolana construye las noticias sobre las marchas y contramarchas del proceso económico-sociopolítico vivido en Venezuela entre febrero y marzo de 2014. En este sentido, los objetivos de la investigación estuvieron orientados a analizar las noticias presentadas por las ediciones digitales de los medios venezolanos, *El Universal* y *Aporrea*, sobre los hechos políticos y sociales ocurridos en febrero-marzo de 2014 en Venezuela.

En el trabajo original (Trabajo Final de Grado de la Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Ciencias de la Comunicación, UNC), los objetivos específicos estuvieron orientados a describir el proceso de la Revolución Bolivariana en el período 1995-2014, caracterizar los medios *El Universal* y *Aporrea*, insertos en el sistema de medios de información de Venezuela y a reflexionar sobre el papel de los medios en la presentación de noticias de actualidad política en Venezuela. No obstante, en este trabajo solo nos enfocaremos en presentar la metodología de trabajo y algunas conclusiones a las que arribamos.

## **Marco teórico**

Los lineamientos teóricos que dieron marco al trabajo se dividieron en tres momentos: primero se realizó un abordaje de textos referidos a las dimensiones política, económica y social de Venezuela en el periodo 2011-2014 (Bilbao; 2002, Borón; 2004, Elias; 2006; Lander, 2007, entre otros) así como una caracterización del sistema mediático del país (Britto Garcia; 2004, 2010, de Moraes; 2011).

En un segundo momento se trabajó en torno al rol de los medios en el mundo de la información y la política. Las transformaciones operadas en tales ámbitos pueden comprenderse en el marco de procesos socio-históricos concretos (De Moraes; 2011, Ramonet; 2014) y cabe reflexionar acerca de la incidencia de la

esfera mediática en la forma de organización y visibilidad de la acción política. Siguiendo el análisis de Mc Chesney (2005), la experiencia mediatizada se expresa en la vida cotidiana y en la reproducción de lo social, en su clasificación y los recortes que, en forma de noticias, operacionalizan conceptos y categorías que se leen en clave social. Por ello, abordar los medios de comunicación implica analizar un campo de disputas de significados que se materializan en experiencias y prácticas, en un contexto donde el capital económico, desde hace poco más de dos décadas, desencadena procesos que convierten a la información en un insumo importante en la estructuración socioeconómica de las sociedades.

De allí que un tercer aspecto del marco teórico se refirió a los estudios sobre construcción de la noticia, que subrayan el paso de las teorías centradas en el mensaje periodístico y en sus efectos sobre los públicos, colocando como objeto de análisis el proceso de producción de la información. Aquí nos interesa puntualizar sobre la noción de noticia y en particular, sobre su producción y circulación en periódicos on line (Luchessi; 2013).

## **Metodología de trabajo**

En este capítulo se trabajó desde una perspectiva que vincula los diseños cualitativo y cuantitativo en un intento por converger ambas corrientes a partir de la utilización de la herramienta de análisis de contenido que permite, por un lado, obtener distintas frecuencias sobre lo que se dice en las noticias y, por otro lado, ver cuál es el contenido latente que no aparece dicho.

Un punto importante pasa por la definición del corpus de noticias sobre el que se trabaja. En este caso, comprende noticias políticas de las versiones digitales de los medios *El Universal* y *Aporrea*, seleccionadas desde el 12 de febrero de 2014, fecha en que comienzan las protestas estudiantiles, al 12 de marzo de 2014, tramo en el cual se desarrollan una serie de movilizaciones,

reuniones de Unasur, declaraciones presidenciales y de la Mesa de Unidad Democrática (MUD) y hasta la mediación de enviados del Vaticano. El resultado arroja sesenta (60) noticias en ambos medios, todas seleccionadas de manera intencional, no probabilística. Para la selección, se tuvo como criterio general elegir, de cada medio, la noticia que se considera más importante del día. El siguiente paso consiste en una descripción de elementos objetivos (Título, Autor, Medio, Fecha de publicación) y en un análisis de contenido sobre noticias que publica cada medio, identificando distintas *categorías* de los textos informativos para vislumbrar de qué hablan, quienes escriben, sus intenciones, hacia quiénes se dirigen sus mensajes, etc.

A continuación, se presentan las unidades de análisis compuestas por las noticias publicadas y se delimitan los *niveles o categorías de clasificación de las Unidades de Análisis*:

- *Categorías de Materia*: tema o asunto, es decir de qué tratan los documentos seleccionados y analizados. Responde a la pregunta *¿qué dicen?*, a partir de lo cual surgen los ejes:
  - *Chavistas*: las noticias hablan sobre la figura de Chávez, el movimiento chavista y/o funcionarios gubernamentales pertenecientes al Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).
  - *Oposición*: noticias referidas a dirigentes políticos, estudiantiles, estructuras de poder y medios con postura opuesta a las del chavismo y al gobierno de Nicolás Maduro.
  - *Deuda*: noticias en las que se toque la temática de deuda tanto externa como interna, en el marco de la estructura económica nacional.
  - *Inseguridad*: refiere a hechos o acontecimientos, aislados o no, en los que se evidencia una falta de seguridad por parte de los ciudadanos. Incluye asesina-

tos, muertes dudosas, asaltos violentos, etc.

- *Violencia política*: tiene que ver con ataques producidos desde el sector político (oficialistas u opositores) ya sea desde lo discursivo, simbólico o físico.
- *Desabastecimiento*: refiere a noticias en las que se trate la temática de la falta de insumos, artículos de primera necesidad y productos básicos para la ciudadanía.
- *Inflación*: hace referencia a noticias que hablen sobre el desequilibrio entre oferta y demanda que genera un aumento deliberado y permanente de precios de casi todos los bienes y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder comprarlos.
- *Democracia*: refiere a noticias que pongan en cuestión o intenten defender el sistema basado en la representación y participación del pueblo y su derecho a elegir y controlar a sus gobernantes.
- *Categorías de forma*: declaraciones de hecho, de preferencia y de identificación y su intensidad en el tratamiento. Responde a la pregunta *¿Cómo se presenta el tema?*
  - Información
  - Análisis
  - Exhortación
- *Categorías de apreciación*: estimaciones que hace el autor, tomas de posición (aprobación-desaprobación, afirmación-negación, positivo-negativo, favorable-desfavorable), y valores (bien-mal, justo-injusto, fuerte-débil).
  - Aprobación
  - Desaprobación
  - Neutro

- *Categorías de Origen y Destino*: aluden a la procedencia y a los destinatarios del documento. El trabajo consiste en analizar, durante un tiempo determinado, el origen del documento; si son fuentes directas o indirectas, nacionales o extranjeras. El destino es la categoría que procura determinar a quién/es se dirige el mensaje (individuos, grupos específicos, países, etc.).
  - Origen
  - Organizaciones Sociales
  - Individuos
  - Destino
  - Individuos
  - Grupos Especiales
- *Categorías de Actores*: personas, grupos, instituciones que representan la realización del acto, a los que se refiere el documento como indicadores de acción.

## Los medios de información en Venezuela

La historia muestra que en Venezuela los medios “nacieron, se moldearon, funcionaron y se desarrollaron como medios en y de regímenes dictatoriales, en ambientes culturales y políticos opresivos, al mando de dueños serviles a esas dictaduras y con programaciones sometidas a esa realidad” (Guerrero; 2010: p 79). Como en la mayoría de los países de América Latina, históricamente en Venezuela han predominado los medios comerciales privados. A lo largo del siglo XX, de la mano de la economía petrolera, nace la mayoría de los medios que hoy ya son centenarios y que pertenecen a familias antiguas del país bolivariano (Guerrero; 2010). *El Nacional*, *El Universal*, *Últimas Noticias*, *Meridiano*, *Panorama*, *El Mundo* y *2001* predominan la escena de la prensa mediática du-

rante más de 50 años y pertenecen al grupo de la tradición capitalista. Luego de 2002, *Aló Presidente*, *RNV*, *VTV* y *Aporrea* surgen como medios vinculados a los sectores populares. Ya en 2010, los medios considerados públicos pasan de tres a diez y logran tener un protagonismo social ascendente (Guerrero; 2010).

La proliferación de los medios gráficos corresponde a momentos de mayor movilización en la vida política y social del país. El crecimiento del dinamismo periodístico tiene que ver con la apertura de procesos revolucionarios profundos (1945, 1958, 1960, 1989, 1992, 1998, 2002) y con la democratización de la vida social e institucional. Los medios tradicionales fueron y son muy criticados debido a la fuerte censura que siempre llevan adelante, especialmente con cualquier tipo de manifestación popular que esté en contra de sus líneas editoriales (Guerrero; 2010).

Un momento que queda marcado para siempre es la participación de los medios privados en el golpe de Estado al presidente Hugo Chávez en 2002, ya mencionado en el Capítulo 1 de este trabajo. Se trata de un golpe mediático, en el que los medios opositores al gobierno hacen todo lo posible, desde su importante lugar, para que se instalara un gobierno de facto, encabezado por Pedro Carmona. Finalmente, gracias a la presión del pueblo de Venezuela, quien sale a manifestarse y a pelear a las calles por el presidente que había elegido en las urnas, el golpe fracasa y Chávez regresa a su puesto.

Desde el comienzo del nuevo siglo, y con la llegada al poder de Hugo Chávez, surgen nuevos medios gráficos fomentados por políticas públicas de alcance nacional. Desde el 2000 en adelante, nunca en la historia de Venezuela surgen tantos medios de comunicación. La diferencia con el siglo pasado es que ahora predomina el nacimiento de medios alternativos, comunitarios y estatales. Este fenómeno sólo puede ser entendido dentro del marco de la llamada “revolución bolivariana” iniciada por el ex presidente Hugo Rafael Chávez Frías, y extendida a casi todo el

continente americano bajo los preceptos del “socialismo del siglo XXI” (Guerrero; 2010).

## **Análisis e interpretación de datos**

Los artículos analizados son:

- **El Universal:** Estudiantes marchan hoy hasta el despacho de la Fiscal; Jueza ordenó al Sebin capturar a Leopoldo López; Provea llama a castigar a los autores de los asesinatos; Para la Fiscal lo ocurrido el 12F es una re-edición del 11A; Padrón: No habrá pacificación si no se desarma a los colectivos; Capriles exige a Maduro desarmar a los paramilitares; López irá al Ministerio del Interior “para dar la cara”, “El Gobierno perdió la calle y hay que llenar ese vacío”; Según Maduro Cabello negoció la entrega de Leopoldo López; Incomunicación y desconcierto debilitaron fuerza del colectivo; La Mesa llama a manifestar por la paz y contra los paramilitares; Maduro amenazó con sacar del aire en el país a CNN; “Cuando se cayó Geraldine le dispararon en la cara otra vez”; Denuncian la existencia de un nuevo patrón para reprimir; Académicos e intelectuales solicitan al Gobierno abrir el diálogo; “Ninguna protesta justifica las balas del Gobierno”; Estudiante ratificó denuncia de violación con un fusil; Maduro: Guarimbas han cohesionado al chavismo; Maduro: Ya van más de 50 muertos producto de Guarimbas; Los estudiantes seguirán en las calles pese a la represión militar; Manifestantes alzaron su voz contra abusos y torturas; En caravana demandaron la libertad de presos políticos; Congreso de Estados Unidos revisa resolución contra Venezuela; Critican que justicia use la ley antiterrorista contra protestas; Foro Penal confirmó 33 casos de tortura en todo el país; “Reconquistar la democracia no se hace con Guarimbas”; Diarios de la

región dicen “todos somos Venezuela”; Capriles acusa a Maduro de hacer llamado a la violencia; Oposición y chavistas rechazan la represión del Gobierno; Rodríguez Torres tacha de “show” denuncias de torturas.

- **Aporrea:** Andreína Tarazón llama a la juventud a profundizar bases éticas y morales de la Revolución; Concentración en contra del fascismo hoy en Parque Carabobo; Países del Mercosur garantizan alimentos a Venezuela frente a guerra económica; ALBA: Venezuela enfrenta un intento de golpe de Estado; Maduro: Sólo recibo órdenes del pueblo venezolano; PSUV: El primer interesado en proteger la vida de Leopoldo López es el Gobierno; Eva Golinger: EEUU destinó 5 millones de dólares del presupuesto 2014 para derecha de Venezuela; Presidente Maduro: “Por la vía de la violencia, la derecha no tendrá el poder político”; Decretan privativa de libertad para Leopoldo López; Fiscal General informó que ni detenidos ni sus abogados denunciaron violación con un fusil; IICA reconoce que políticas de Venezuela consolidan sistemas productivos rurales; Venezuela: Lo que no dice la prensa occidental; Venezuela: ¿después de febrero qué?; Empresarios e industriales del Mercosur respaldan nuevo sistema cambiario; Maduro exige a la derecha asumir responsabilidad frente a los hechos violentos; Poderes Públicos ratifican compromiso para la consolidación de la paz en Venezuela; Diálogo, lucha de clases y el estado Comunal Socialista; ¿Traiciona Maduro el legado de Chávez?; Campesinos del Momboy neutralizan guarimbas en la ciudad de Valera; Opositores causan ecocidio sin precedentes en Maracaibo con más de 500 árboles derribados; Irán afirma que EEUU carece de condiciones para juzgar situación de DDHH en otros países; Gobernación, FANB y petrole-

ros despejaron más de 90% de barricadas en Maracaibo; Presidente salvadoreño exigió a Arena “dejar en paz” a Venezuela; La comunidad hizo homenaje a Chávez y discutió defensa del proceso, en urbanismo de GMVV Mons. Oscar Arnulfo Romero; Presidente Maduro: Petróleo ha permitido el desarrollo de una nueva economía; Ministra Tarazón: “Es necesario que todo el Estado se aboque a tener una perspectiva de género”; CST: Hemos sido pacientes, pero nos estamos organizando en Cuerpos Combatientes para defender la Paz y la Revolución; Resultados electorales en El Salvador representa triunfo en la izquierda de América Latina; Rigoberta Menchú rinde homenaje al comandante Chávez en el Cuartel de la Montaña; Foro Latinoamericano y Caribeño de los Trabajadores de Energía respalda Gobierno de Maduro.

A partir de la lectura y análisis de cada una de las 60 noticias, se llega a las siguientes interpretaciones:

- **Categoría de Materia:** en El Universal los resultados están concentrados en 7 ejes principales: Violencia (16), Protestas/Manifestaciones/Marchas (16), Represión (12), Derechos Humanos (11), Maduro (10), Libertad/Libertad de Expresión (6) y Pacifismo (6). Mientras que en Aporrea se concentran en 5 ejes: Violencia (8), Paz (5), Revolución/Revolución Bolivariana (5), Chávez/Chavismo (4) y EE.UU. (4).
- **Categoría de Forma:** en El Universal los 30 artículos analizados corresponden al eje Información. En Aporrea, 24 son del eje Información, 6 Análisis y 4 Exhortación.

- **Categoría de Apreciación:** en El Universal 25 artículos son de tinte *Opositor* y 5 son *Neutral*. En Aporrea 15 artículos son de tinte *Oficialista* y 15 son *Neutral*.
- **Categoría de Origen:** en El Universal los más repetidos son: Discurso de Maduro (4), Manifestantes (3), Asistencia a Marcha (3), Henrique Capriles (2) y Foro Penal Venezolano (2). Hay otros 22 que se repiten 1 vez. En Aporrea los más repetidos son: Agencia Venezolana de Noticias (10), Ministerio de Relaciones Exteriores y Exteriores (4), Correo del Orinoco (2), Prensa Petróleos de Venezuela S.A. (2) y TeleSur (2).
- **Categoría de Destino:** en El Universal los más repetidos son: Oposición (18), Gobierno (9), Ciudadanía (7). En Aporrea los más repetidos son: Ciudadanía (27), Oposición (16), Comunidad Internacional (9) y Oficialismo (6). Hay otros 90 que se repiten 1 vez.
- **Categoría de Actores:** en El Universal los más repetidos son: Nicolás Maduro (8), Leopoldo López (6), Estudiantes (5) y Henrique Capriles (4). En Aporrea los más repetidos son: Funcionarios gubernamentales (20), Maduro/Chavistas (11), EE.UU. (6), Oposición (6), Leopoldo López (5), Organismos internacionales (5), Organismos sociales (5), Manifestantes (3). Hay otras 10 que se repiten 1 vez.

## Algunas conclusiones

Se presentan aquí las conclusiones a las que arribamos a partir del análisis e interpretación de los datos:

- **Materia:** entre los ejes con mayor frecuencia de cada

medio, se encuentran en común la *Violencia* (primero en ambos) y la *Paz/Pacifismo* (sexto en *El Universal*; tercero en *Aporrea*), lo que sugiere que ambos medios ponen en tema mediático los hechos violentos que atraviesa el país y, a su vez, intentan instalar la necesidad de llegar a la paz. Se observó un uso diferente que hace cada medio de ciertas palabras, por ejemplo, la *Violencia*. Si bien ambos consideran *Violencia* a hechos realizados con la intención de dañar a alguien, para *El Universal* pertenece exclusivamente a los hechos que el gobierno y sus fuerzas coercitivas y de choque aplica a los ciudadanos que se manifiestan pacíficamente por las calles y aquella que el gobierno ejerce desde lo discursivo. Por su parte, *Aporrea* utiliza la idea de *Violencia* para describir las acciones que los grupos de manifestantes opositores llevan adelante. Todo esto con el supuesto objetivo de generar una desestabilización política, que afecte la paz social y que prepare el campo para un golpe de Estado al gobierno de Nicolás Maduro, con Estados Unidos como destacado partícipe. En síntesis, para uno la *Violencia* se ejerce en una dirección; mientras que para el otro se ejerce en la dirección contraria.

- **Forma:** se encontró una similitud entre ambos medios. El hecho de haber seleccionado las noticias desde la sección de *Actualidad* de cada uno de ellos, permitió observar que allí publican, en general, aquellos artículos en los que predomina la *Información*, por sobre la *Exhortación* o el *Análisis*. Sin embargo, como diferencia, surgió que en *Aporrea* se encontraron algunos artículos con una leve inclinación al *Análisis*, algo que no pasa en *El Universal*, donde no se encontró ninguna noticia de *Análisis* ni de *Exhortación*.

- **Apreciación:** se evidenciaron nuevamente diferencias marcadas entre los medios y ninguna similitud. Mientras que en *El Universal* predominan claramente las de tinte Opositor (el 83%), en *Aporrea* encontramos que la mitad eran Oficialistas y la otra mitad Neutrales. Esto sugiere que el medio privado tiene más marcada su política de posicionamiento a la hora de publicar; mientras que *Aporrea* se permite publicar algunas notas en las que no se percibe una postura marcadamente Oficialista. Esto demuestra una pluralidad de miradas, que permite la participación a algunos autores que no necesariamente están comprometidos con la Revolución. No obstante, se manifiesta en las noticias Oficialistas un fuerte compromiso con la Revolución Bolivariana, a tal punto de cerrar una de ellas con frases como “¡Viva Nicolás Maduro!” o “¡Chávez vive, Maduro sigue!” (Ver ¿Traiciona Maduro el legado de Chávez? Néstor Francia. *Aporrea*. 01/03/2014. Disponible en <http://www.Aporrea/actualidad/a183264.html>)
- **Origen:** se observa una diferencia entre los medios, que tiene que ver con que *El Universal* tiene todas noticias producidas por periodistas o columnistas pertenecientes a su propio medio, mientras que *Aporrea* levanta más del 75% de las noticias desde otros medios. Esto demuestra las diferencias estructurales (modalidad de contratación de redactores, objetivos comerciales, etc.) que cada medio posee. En cuanto a similitudes, se observa que ambos medios utilizan fuentes de origen nacional, sin utilizar fuentes extranjeras.
- **Destino:** se evidencia un destacado destinatario en común, que es la *Oposición*. Llama la atención que dos medios que mantienen cierta divergencia en cuanto a

su postura editorial, tomen como principal destinatario al mismo grupo de personas. La diferencia radica en que *El Universal* le presenta a la oposición un panorama caótico gubernamental, mientras que *Aporrea* plantea un escenario en el que la oposición es el responsable de la inestabilidad institucional del país. Además, *Aporrea* dirige sus noticias en su mayoría a la *Ciudadanía* en general, entendiendo que es un público al que quiere orientar el pensamiento, facilitándoles las noticias más importantes de la Revolución Bolivariana. Como similitud, se destaca que ambos medios tienen un principal destinatario, pero el resto de los destinatarios no son tan frecuentes como el principal.

Se considera que la disputa entre el poder político y sus re-fracciones en lo mediático, aún tiene vigencia a más de un año de los hechos analizados. Durante la VII Cumbre de las Américas de Panamá, en abril de 2015, Venezuela fue un actor fundamental en los pronunciamientos de los distintos presidentes, teniendo en cuenta que días antes fue indicado por los Estados Unidos como “un peligro para la seguridad nacional”. En su mayoría, los mandatarios criticaron la sanción de Estados Unidos sobre Venezuela (Ver Finalizó la primera sesión plenaria de la VII Cumbre de las Américas en Panamá. Infobae. 11/04/2015. Disponible en <http://www.infobae.com/2015/04/11/1721638-finalizo-la-primera-sesion-plenaria-la-vii-cumbre-las-americas-panama>).

Por otra parte, en noviembre de 2015, se cumplieron 10 años del “No al ALCA”, lo que trae al tiempo presente el recuerdo del inicio de una nueva configuración regional latinoamericana, que permitió tomar un rumbo diferente al elegido durante los años anteriores a 2005. Tras 10 años, los diferentes países lograron conformar un fuerte apoyo a nivel regional, lo que les permite seguir gobernando democráticamente a pesar de los embates de los grandes poderes financieros, políticos y mediáticos. Se cree que Amé-

rica Latina debe seguir las vías de la diplomacia y la configuración de nuevos espacios para promover el afianzamiento de los bloques regionales. Por otra parte, continuar con el fortalecimiento y aprovechamiento de los espacios y organismos ya conformados, surgidos en la última década del siglo pasado y la primera de este.

## Referencias

- BECERRA, M. (2010). *Mutaciones en la superficie y cambios estructurales. América Latina en el Parnaso informacional*, en DE MORAES, D. (comp.), *Mutaciones de lo visible: comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires: Paidós; pp. 81-112.
- BILBAO, L. (2002). *Chávez y la revolución bolivariana. Conversaciones con Luis Bilbao*. Buenos Aires: Editorial Capital Intelectual.
- BORÓN, A. (2004). *Nueva hegemonía mundial. Alternativas de cambio y movimientos sociales*. Buenos Aires: CLACSO.
- BRITTO GARCÍA, L. (2004). *Dictadura mediática en Venezuela. Investigación de una prensa por encima de toda sospecha*. Buenos Aires: Editorial Capital Intelectual.
- CHÁVEZ FRÍAS, H. (2012). *Golpe de Timón. I Consejo de Ministros del nuevo ciclo de la Revolución Bolivariana*. Venezuela: Ediciones Correo del Orinoco. Disponible en <http://www.nodo50.org/plataformabolivariana/Externos/Golpe-de-timon-20121023.pdf>
- DE MORAES, D. (2011). *La cruzada de los medios en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- DE MORAES, D. (comp.) (2013). *Medios, poder y contrapoder: de la concentración monopólica a la democratización de la información*. Argentina: Editorial Biblos.
- GÓMEZ, M. R. (2010). *Diarios on line, impactos sobre la percepción del lector*. En LUCHESSI, L. (comp.) (2010). *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas tecnologías y consumos*. Buenos Aires: La Crujía; pp. 105-110.
- GUERRERO, M. (2010) *Medios y poder en Venezuela. Aporrea y la prensa comunitaria*. Buenos Aires: Ediciones de la Cooperativa de Trabajo, Red ECO.
- Guerrero, M. (2013). *Chávez, el hombre que desafió a la historia*. Buenos Aires: Continente.
- LUCHESSI, L. (comp.) (2010). *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas tecnologías y consumos*. Buenos Aires: La Crujía.

- LUCHESSI, L. y RODRÍGUEZ, M. G. (coord.) (2007). *Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.
- MAC CHESNEY, R. y RAMONET, I. (2005). *El poder mediático*. En DE MORAES, D. (2005) *Por otra comunicación*. Barcelona: Icaria Editorial.
- MARTINI, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- MARTINI, S. y LUCHESSI, L. (2004). *Los que hacen las noticias. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.
- NATANSON, J. (2010). *Medios y nueva izquierda: algunos apuntes impresionistas* en RINCÓN O. (ed.) *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*, pp. 15-22. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung. Disponible en <http://library.fes.de/pdffiles/buenos/c3-comunicacion/07475.pdf>.
- RAMONET, I. (2011). *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- RAMONET, I. (2013a). *Hugo Chávez, mi primera vida. Conversaciones con Ignacio Ramonet*. Buenos Aires: Debate.
- RAMONET, I. (2013b). *La explosión del periodismo en la era digital*. En De Moraes, D. (comp.) *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Argentina: Editorial Biblos, pp. 81-98.
- RANGEL, J. V. (2011). *Chávez, el gran comunicador*. Venezuela: Ediciones Correo del Orinoco.

## Fuentes:

- Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004). Gaceta Oficial. 38.081.7. Disponible en <http://www.leyesorte.gov.ve>.
- Organización de los Estados Americanos, Cumbre de las Américas (s/d). *Cuarta Cumbre de las Américas: Mar del Plata, Argentina, 4 al 5 de noviembre de 2005*. Disponible en [http://www.summit-americas.org/iv\\_summit\\_sp.html](http://www.summit-americas.org/iv_summit_sp.html).
- Sitio oficial de Petróleos de Venezuela S.A. <http://www.pdvsa.com>.

UNASUR. (s/f). *Tratado Constitutivo de la Unión de Naciones Suramericanas*. Disponible en [http://www.comunidadandina.org/unasur/tratado\\_constitutivo.htm](http://www.comunidadandina.org/unasur/tratado_constitutivo.htm).

### **Periódicos digitales:**

<http://www.eluniversal.com/>

<http://www.Aporrea/>

## **Comunicar la investigación: resultados y perspectivas, a modo de cierre**

A lo largo de las páginas precedentes, hemos procurado sostener un hilo conductor de los diversos enfoques puestos aquí de manifiesto. La comunicación parece atravesar todos los procesos sociohistóricos presentados en este texto, situados en los siglos XVIII, XX y el actual y ocurridos en territorio latinoamericano. Tal es el contenido de los trabajos que se ofrecen de la mano de investigadores de Argentina, Brasil y Perú.

Un segundo aspecto por destacar alude a las características del Programa de investigación “Historia Contemporánea en Latinoamérica y Medios de Comunicación” fruto del trabajo interdisciplinario entre la Comunicación, la Historia y focalizado en los abordajes desde medios tradicionales y digitales que leen y construyen sentidos de los acontecimientos claves de la vida política y cultural de América Latina. La decisión de expandir nuestro universo de interpretaciones más allá del grupo investigativo y comunicar el conocimiento alcanzado, ha sido una tarea gratamente enriquecedora. Como lo plantea el primer artículo del libro, la Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología, se nos ha presentado un campo profesional en el cual, el rigor metodológico y la creatividad conviven con el propósito de ofrecer al lector un conocimiento comprensible, ameno, innovador para

contribuir a la formación de una cultura científica en la sociedad

Como se ha expresado, desde los objetivos del Programa se intenta imbricar los estudios de orden histórico relevante con la Comunicación y específicamente el accionar mediático, tanto en el siglo XX como en el nuevo milenio, situando casos desde América Latina. Tres momentos componen este camino:

El primero, posa la mirada sobre dos golpes de Estado -1962, 1966- y El Cordobazo, en base al tratamiento informativo de la prensa local de Córdoba tomando como corpus de análisis los titulares de esos acontecimientos. Resultan más que interesantes las reflexiones sobre la combinación de factores que desestabilizaron el curso político de Argentina y de la provincia; el énfasis puesto en considerar a la interrupción constitucional en el contexto de los sesenta, en el porqué de las conspiraciones y la participación planificada de ciertos medios de la prensa gráfica constituyen datos insoslayables para comprender un trazo de historia nacional. Uno de los resultados más atractivos de la investigación demuestra que, aunque no existía un manual de estilo en cada diario de aquel momento, la redacción de las notas y su titulación estaban atravesadas por la noción de cada periodista acerca de la línea de trabajo editorial que tenía el medio gráfico en el cual se desempeñaba.

La línea editorial queda en evidencia en distintos tramos de la investigación. Entendiendo que el periódico *Los Principios* adhiere a valores de tinte conservador y se vincula preferentemente con la clase alta cordobesa, la Iglesia y el ámbito Militar, mientras que *La Voz del Interior* se destaca por su afinidad al radicalismo y por su intento constante de mantenerse “neutral” ante sucesos de tal envergadura. A su vez, caracterizado por su distribución vespertina, en el diario *Córdoba* se destacan las noticias de corte sensacionalistas, como resultado de que en el horario de la tarde las noticias ya eran conocidas y para vender el diario debían utilizarse titulares llamativos e impactantes, según lo que comentaba Juan

Carlos Toledo (periodista de la época entrevistado). El público lector del diario *Córdoba* era en su mayoría la clase trabajadora que lo compraba a la salida de las fábricas y lo leía camino a su casa. Por ello cabe destacar que el trabajo de los periodistas de ese período revaloriza la ardua tarea de ser comunicador en tiempos donde no existía la tecnología tal como la conocemos en la actualidad. En esta oportunidad, se brinda la posibilidad a las nuevas generaciones de comunicadores de conocer aspectos del quehacer periodístico local de los años '60, etapa convulsionada por grandes hechos históricos, políticos y sociales en Córdoba y el país.

Un segundo momento trabaja una comparación de contexto y condiciones de producción del periodo 1926-1932 y 2008-2015 en la prensa gráfica cordobesa. Se toma como eje el periódico como actor político en un contexto determinado y aspectos relativos a la libertad de prensa, y asimismo se trabajará en la comparación de las condiciones diversas de producción dadas en función de las diferentes épocas, la prensa gráfica tradicional y los actuales formatos on-line.). Los dos períodos son testigos de significativos momentos en la vida política a nivel local y nacional: la segunda llegada al gobierno de la nación de Hipólito Irigoyen (1928) y las gobernaciones que se suceden en Córdoba (la gobernación de Ramón J. Cárcano y luego la de Martínez-Ceballos), el primer golpe de Estado en la Argentina (Uriburu), el primer tramo de la presidencia del General Justo.

El abordaje del gobierno kirchnerista (2006-2011) en el marco del cual se producen importantes cambios socioeconómicos, y en que se presentan acontecimientos como la llegada de Cristina Kirchner al gobierno de la Nación y una serie de disposiciones, son objeto de intensas controversias de diferente naturaleza. En los dos períodos propuestos se habló de prensa independiente, de objetividad e imparcialidad y también de prensa “de combate” o “militante” como en la segunda etapa propuesta para el análisis, aun cuando no siempre fueron clarificadas estas nociones. Más bien se exhibieron como atributos. En un caso (la prensa inde-

pendiente) evitó sincerar su pertenencia partidaria o sectorial, mientras que en el otro (prensa militante) se inscribió claramente en una línea utilizando un lenguaje que en muchos casos se tornó agresivo.

El tercer sendero, abre un análisis y caracterización de las principales agendas políticas emergentes en América Latina y su dimensión comunicativa, planteadas como asuntos de gobierno y/o políticas a comunicar desde los Estados, en el lustro 2010-2015. El tiempo señalado se sitúa al final del llamado ciclo progresista en Sudamérica, reconociendo en el modelo una fuerte preeminencia del Estado en tanto articulador de las demandas socioeconómicas, y representado en la figura de liderazgos gubernamentales de vigorosa personalidad política, como lo fueron los de Néstor Kirchner, Luiz Inacio “Lula” da Silva, Hugo Chávez, Evo Morales, Rafael Correa, Cristina Fernández de Kirchner, entre los más relevantes. Desde el punto de vista sociocultural, las políticas gubernamentales se encaminaron a considerar, promover y defender la comunicación como un bien público y un derecho humano. Se presentan agendas políticas en países de la región. Las experiencias relevadas en materia de agendas políticas han coexistido en un espacio de refundación de lo latinoamericano en términos simbólicos; también con una especial sintonía política entre las diversas gestiones de gobiernos junto a una retórica potente frente a las corrientes del neoliberalismo y la presencia de organismos internacionales de crédito, finanzas o intervención directa venidos desde el Norte. Puede decirse que las agendas presentadas en este trabajo fueron impulsadas como políticas de Estado; para ello hubo creación y fortalecimiento de medios públicos, comunitarios, agencias de noticias regionales, nuevas regulaciones anti-monopólicas y una pugna intensiva con medios privados, grupos concentrados y lobbies a la hora de cimentar una agenda del Sur. El género, la integración regional, Venezuela y el relato contrario a la “crisis permanente”, la paz y el diálogo colombiano, el destino

de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, todas las temáticas se mantuvieron álgidas en la medida que hubo cierta correlación de fuerzas entre las agendas como preocupaciones de los Estados, la disponibilidad de ciertos medios informativos para dar a la luz las noticias y los relatos, y las acciones movilizadoras de y con organizaciones sociales en procura de apoyar, reforzar, interpelar en afinidad con esos temas.

Han venido a complementar y fortalecer las miradas, cuatro artículos donde también se da cuenta del papel de los medios en la construcción de las identidades e imaginarios de la sociedad latinoamericana, históricamente situados. Así, el ensayo sobre el rol de diarios de Perú en la constitución de su identidad nacional en el siglo XVIII, el análisis del paso de una prensa político-partidaria a una mercantil y publicitaria en Córdoba; el tránsito de los medios tradicionales a los digitales y en especial, el proceso de convergencia mediática característico del siglo XXI, y un rico análisis sobre las relaciones conflictivas entre la prensa venezolana y el gobierno de aquel país, tras el deceso de Hugo Chávez.

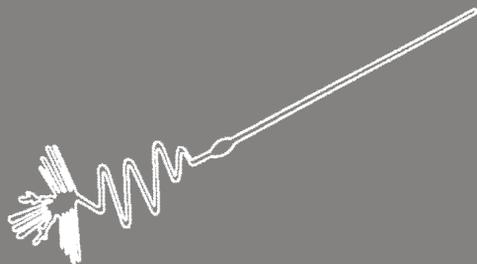
Como se podrá observar, el objetivo central ha sido poder describir y caracterizar escenarios sociopolíticos donde las formas de comunicación social y en especial, del rol de los medios de comunicación (prensa, televisión, radio, Internet, redes sociales) han reconfigurado o colaborado en la conformación de los procesos vividos y sus significaciones sociales, tanto en Argentina como en los países de la región.

De este modo, se considera que las relaciones mutuas entre Historia y Comunicación a partir del tratamiento y análisis de los diversos medios brindarán la posibilidad de explicar y comprender de un modo reflexivo y crítico, diversas prácticas sociopolíticas de América Latina, sus lecturas actuales, las fuentes y los actores más relevantes en un tramo histórico determinado.

Para finalizar, y dado que se ha presentado el rol que el trabajo periodístico ofrece para testificar la realidad social en diferen-

tes momentos históricos presentados, retomamos las palabras de la investigadora Lila Luchessi, quien asegura: “El periodismo ya no representa un lugar de autoridad, sino de organización de un saber que se comparte”. Construir la agenda política de cara al público es parte de esa tarea de compartir. Y para ser respetuosa del derecho a la comunicación, tal agenda tendrá que ser completa en temas y en actores; tendrá que representar la pluralidad de cuestiones y enfoques y la diversidad de los actores presentes en el escenario. Será una forma de atenerse a la verdad informativa entendida como la realización del derecho de todo individuo y de todo colectivo social a una información veraz.

El propósito general de esta serie de trabajos originados en investigaciones desde el campo de la comunicación, la historia social y la política, es y será posicionar la labor interdisciplinaria en la Facultad de Comunicación, abrir estos resultados al debate, las contribuciones amigas y una preocupación constante por lograr sociedades más solidarias, participativas, sensibles y comprometidas con la transformación.



# ANEXOS







## Acta Constitutiva de la Red Latinoamericana de Comunicación-Educación-Historia (COMEDHI)

En la ciudad de Córdoba, capital de la provincia homónima, a tres días del mes de julio de 2019, reunidos los miembros de equipo que forman parte del Programa de investigación: *Medios Masivos, Comunicación y Educación en la Historia Contemporánea y Reciente* radicado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, adscripto al Centro de investigación en Periodismo y Comunicación –CI-PECO<sup>126</sup>- y avalado por la Secretaria de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba (Resolución 411/2018)<sup>127</sup> docentes, investigadores y estudiantes de otras instituciones públicas y privadas, de distintos niveles educativos formales, a partir del día de la fecha deciden constituir la Red latinoamericana COMEDHI, –Comunicación-Educación-Historia-, conformada por estas tres áreas del conocimiento como disciplinas básicas, más, las de la interdisciplinariedad que de ellas surgieren, con el objetivo de auspiciar la actualización del conocimiento, investigación, extensión, formación, docencia, publicación, transferencia e intercambio, proyectado desde un ámbito académico en base a una plataforma virtual y/o digital, como espacio de dialogo, intercambio y discusión para beneficio de la comunidad académica,

<sup>126</sup> Resolución FCC-UNC. 759/2019.

<sup>127</sup> [webhttps://www.unc.edu.ar/ciencia-y-tecnolog%C3%ADa/subsidios-secyt](https://www.unc.edu.ar/ciencia-y-tecnolog%C3%ADa/subsidios-secyt).

local, nacional e internacional. Dentro de esta plataforma se prevé la interacción a través de otros portales asociados a la misma, para difusión, intercambios, actualización y tareas conexas, en el contexto latinoamericano.

*Comunicación, Educación e Historia* son los tres campos del conocimiento que se entrecruzan para que, a partir de diferentes investigaciones, se propicie tanto su desarrollo específico como así también líneas de investigación sobre las diferentes interrelaciones entre las mismas, logrando una constante actualización de acuerdo a las demandas de nuestra época, como a las que el ámbito académico, considere pertinentes.

En el campo de la *Comunicación*, los medios masivos se han caracterizado desde su inicio y constante evolución como aparatos de socialización importantes que influyen en las ideas, hábitos y costumbres. Algunos expertos llegan a afirmar que la cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión, la radio y los medios digitales actuales, excede en gran medida al volumen de información que llega a través de la enseñanza y los contenidos que se transmiten en las aulas. Por su parte, miradas críticas sobre el rol de los medios –los tradicionales y los digitales- han sido objeto de investigaciones dando cuenta de sus usos y construcciones en torno a hechos de la historia contemporánea y reciente, sus vínculos con las políticas gubernamentales y las relaciones con las audiencias. Desde el punto de vista de la conocida teoría de la agenda, se plantea que los medios de comunicación son actores políticos que eligen los temas que consideran relevantes y construyen una realidad que ofrecen a las audiencias. No obstante, y como expresa la teoría, los medios nos dicen en qué pensar, pero no, en cómo hacerlo. Son en todo caso actores legitimados socialmente para influir, sobre todo en virtud de la práctica periodística, pero se trata de una influencia en un sentido *potencial*, no inexorable ni absoluto, en un determinado contexto de producción y reproducción.

Se pretende a través del estudio y análisis transdisciplinario, situar a la *Comunicación* como un actor clave a la hora de comprender los procesos socios históricos contemporáneos y recientes que modifican pautas, valores y tendencias del comportamiento social, mediático y educativo-cultural. Por ello, la *Comunicación* es el cimiento de todo proyecto social, político y cultural anclado en un momento de la *Historia*.

En lo que respecta a *Educación*, se considera a esta disciplina de las Ciencias Sociales y Humanidades como transversal a todo proceso de *conocimiento, Investigación y transferencia*.

Actualmente, el aporte de los soportes digitales y tecnológicos, propician que este campo se adecue a los constantes cambios que demandan las nuevas necesidades educativas del presente.

Ante este nuevo contexto, se destaca el rol del docente (uno de los actores fundamentales del proceso) como mediador y guía entre la información y el conocimiento significativo con competencias que van acordes a las necesidades de los estudiantes del presente, propiciando así reducir la llamada brecha digital.

En cuanto a los estudiantes, (otro de los actores fundamentales), es imperioso potenciar los aprendizajes a partir del desarrollo de las capacidades propias y adquiridas, para así formarlos de acuerdo a las necesidades generacionales y de ciudadanía ligadas a las sociedades actuales propiciando una mayor inclusión, diversidad y equidad social.

Por todo ello, paradigmas, técnicas, soportes y procesos confluyen para hacer que la *Educación* constituya la base de las transformaciones sociales, fundamentalmente desde un enfoque crítico.

En lo que respecta a la *Historia*, disciplina que estudia los hechos significativos del pasado e incluso, del pasado reciente, utiliza diferentes fuentes para sustentar su especificidad y así producir con objetividad, una aproximación al conocimiento.

Con ello, se intenta imbricar y sustentar los estudios de orden histórico relevante, tanto en el siglo XIX, XX, como en los del

siglo XXI, periodos representativos de la *Historia Contemporánea y Reciente*.

Las relaciones entre la *Historia* y otras ramas del conocimiento en las *Ciencias Sociales* y *Humanidades* como la *Educación* y la *Comunicación*, favorecen el dialogo y el actuar de la interdisciplinariedad como una de las características fundamentales de las ciencias, como una de las características fundamentales del desarrollo y de los procesos de prácticas de las ciencias en este nuevo siglo.

De este modo, las relaciones mutuas entre *Historia*, *Educación* y *Comunicación* a partir del tratamiento y análisis de los diversos medios, como de las características más significativas del proceso de enseñanza y aprendizaje, brindarán la posibilidad de explicar y comprender de modo reflexivo, crítico y autónomo, diversas prácticas sociopolíticas en un entorno local, regional, nacional e internacional con sus significados actuales, tanto como de las fuentes y los actores más relevantes en un tramo histórico determinado desde un enfoque latinoamericano. (Ver anexo I. Fundamentación).

La Red latinoamericana COMEDHI es una asociación civil, de carácter académico y sin fines de lucro. Su primera Dirección pro-tempore estará a cargo de la Dra. Renee Isabel Mengo; Doctorando Pablo Rubén Tenaglia, como Director adjunto; y Doctorando, Julio Cesar Firmani, en carácter de Coordinador General. Asimismo, suman la lista de integrantes fundadores: Dr. Hugo Ignacio Pizarro; Arq. Ana Belén Reinales; Dr. Darío Damboleña; Magister en Procesos Educativos Mediados por Tecnologías, Mariana Dallera; Maestrando en Relaciones Internacionales, Rodrigo Bruera; Lic. en Comunicación Social, María Belén Rolon; Prof. German Marcelo Leone; Técnico en Comunicación, Mariano Daniel Clobas Maggi; Prof. Fabiana Navarta Bianco; Prof. Rosa Liliana Vargas; todos ellos presentes en esta primera reunión. Completan la lista de integrantes fundadores otros docentes, investigadores y estudiantes, de diferentes niveles y modalida-

des educativas, tanto del orden público como privado nacional e internacional. (Ver anexo II. Integrantes).

En lo que se refiere a tareas de gestión y administrativas para el funcionamiento regular y constante de la Red latinoamericana, se procede a establecer un organigrama de funciones y tareas. (Ver anexo III. Organigrama).

En lo que respecta al marco normativo de funcionamiento de la Red latinoamericana, se procede a la implementación del Reglamento Constitutivo del Funcionamiento Orgánico. (Ver anexo IV. Reglamento).

### Objetivos

La Red latinoamericana COMEDHI se propone:

- Promover la actualización y circulación del conocimiento de las tres disciplinas -*Comunicación-Educación-Historia*-, tanto como la interrelación entre las mismas.

- Investigar temáticas relacionadas a la *Comunicación, Educación e Historia* y sus posibles puntos vinculantes con otras áreas del conocimiento, a los fines de incentivar el trabajo interdisciplinario desde un enfoque latinoamericano.

- Generar espacios de discusión, relativos a las tres disciplinas de las *Ciencias Sociales y Humanidades* que integran la Red latinoamericana.

- Potenciar el trabajo colaborativo y en equipos entre diferentes instituciones del sistema educativo de orden público y privado en lo local como nacional e internacional, especialmente en el contexto latinoamericano.

- Intercambiar experiencias significativas y prácticas relevantes con las particularidades de cada una de las tres disciplinas que integran la Red latinoamericana.

- Publicar las diferentes producciones en beneficio de la comunidad académica local y externa para lograr una retroalimentación del conocimiento entre sus miembros.

- Establecer lazos de cooperación interinstitucionales e inter-

disciplinarios para promover tendencias innovadoras relacionadas a las diferentes perspectivas de la sociedad actual.

## **2. Líneas complementarias de la Red latinoamericana COMEDHI**

### **2.2. REVISTA ACADÉMICA COMEDHI**

Será una revista de publicación anual, en proceso de indexación en la que se publicarán artículos referidos a las disciplinas de *Comunicación, Educación e Historia* que hacen al fundamento de la Red latinoamericana y sus relaciones transdisciplinarias que de ellas surgen.

El anexo V, contiene los requisitos, plazos y diferentes aspectos relativos a la misma para presentar artículos para publicación sobre las áreas básicas de la Red, tanto como en interdisciplinariedad, los que deberán pasar por un proceso de evaluación para cumplimentar su pertinencia académica. (Ver anexo V Revista COMEDHI).

### **2.3. CONGRESO COMEDHI**

Encuentro académico con una periodicidad de realización bianual, en distintos lugares que se acuerde por parte de los miembros de la Red latinoamericana COMEDHI. Cada convocatoria propone que tanto, autores, ponentes y demás participantes intercambien aspectos sobre la actualización del conocimiento, sus múltiples herramientas y posibles transferencias a la comunidad relacionadas con los tres campos básicos de la Red. (Ver anexo VI, con requisitos, plazos y demás condiciones para la participación en el mismo).

### **2.4. PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN**

Entre el periodo 2018-2019, está en vigencia el Programa de Investigación: *Medios Masivos, Comunicación y Educa-*

*ción en la Historia contemporánea y reciente*, aprobado por Secyt-UNC, por Resolución 411/2018 con Código Sigeva: 30920180100044CB.

La renovación del mismo se actualiza cada dos años, siguiendo la reglamentación de Secyt-UNC, como la de sus miembros, todo ello en función de los diferentes directores y codirectores de los proyectos que lo componen (basado en el último Reglamento de Secyt-UNC, 2018). (Ver anexo VII).

## 2.5. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Tres proyectos están en desarrollo (Programa) y un cuarto asociado incluido.

Proyectos integrantes:

1. *La década neoliberal en Latinoamérica: el lugar de los medios gráficos ante las reformas en la Educación Superior*. Categoría Consolidar, Resolución 411/2018. Código Sigeva, 33620180100079CB.

2. *Estado de las políticas de comunicación en Argentina. Un mapeo de los debates en torno a la comunicación como derecho de estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) en la historia reciente (2013-2018)*. Categoría Consolidar, Resolución 411/2018. Código Sigeva. 33620180100344CB.

3. *Del periódico tradicional al diario digital... -Usos, continuidades y mutaciones en el aula de historia-* Categoría Formar. Resolución 411/2018. Código Sigeva, 33820180100137CB

Proyecto asociado:

4. *Comunicación pública de la Ciencia: perspectiva social sobre la Ciencia y la Tecnología en estudiantes ingresantes de la Universidad Nacional de Córdoba*. Proyecto Categoría Formar. Resolución 411/18. Código Sigeva, 33820180100072 CB.

Los proyectos tienen vigencia desde 2018 a 2021 (Consolidar) y 2018 a 2019 (Formar). Vencido el plazo, los integrantes de

la Red, se presentaran a nuevas convocatorias de investigación. (Ver anexo VIII).

## **2.6. PROYECTOS DE EXTENSIÓN**

En función de vincular a la Universidad con la comunidad a partir del pilar extensionista y propiciar la Responsabilidad Social Estudiantil, la Red latinoamericana se propone formalizar los proyectos de Extensión existentes en la Cátedra de Historia Social Contemporánea desde el año 2014, los mismos son:

Herramientas de Comunicación para la enseñanza de la Historia Contemporánea y reciente.

Espacio para la iniciación y promoción del conocimiento científico desde la articulación de la Escuela Secundaria con la Universidad.

La Red latinoamericana COMEDHI participa además a través de sus integrantes, en otros proyectos extensionistas como lo son el Programa de Secyt-UNC (Ciencia y Arte para Armar), el Programa de la SEU-UNC en becas de extensión y el Programa de la SA-UNC, PAMEG. (Ver anexo IX).

## **2.7. COOPERACIÓN INTERNACIONAL E INTERCAMBIOS**

A la fecha, la Red latinoamericana COMEDHI cuenta con el convenio de Cooperación Binacional firmado entre la FCC-UNC y la UFMG/Belo Horizonte-Brasil sobre: *“Historia, Comunicación y Ciencias Sociales: un abordaje desde las temporalidades”*, buscando integrar investigadores (docentes y estudiantes) para promover el intercambio científico-cultural entre ambas instituciones, como de otras que surgieren<sup>128</sup>. (Ver anexo X).

## **2.8. FORMACIÓN CONTINUA.**

Como lo establece esta Acta de constitución de la Red latinoamericana COMEDHI, la actualización y circulación del co-

---

<sup>128</sup> Resolución de aprobación en FCC-UNC, en tramite.

nocimiento es uno de los motivos del surgimiento de la misma.

Como antecedentes se tienen en consideración los cursos y capacitaciones de Extensión y Postgrado dictadas desde el año 2013 y los que se darán a conocer a través de la plataforma de esta Red. También como acciones a futuro, se presenta el curso de este año académico 2019 titulado: *Acontecimientos socio políticos, cambios, actores, medios y narrativas en la Historia Reciente y Contemporánea de América Latina* en el marco del Doctorado de la FCC-UNC, a dictarse en el mes de octubre del corriente año, como de otras universidades latinoamericanas. (Ver anexo XI).

### **2.9. CLUB DE CIENCIA**

La Red latinoamericana colabora y participa de las actividades que desarrolla el Club de Ciencias del IPEM 320 de la ciudad de Córdoba. Este espacio de promoción e incentivo a la enseñanza de las ciencias en la escuela secundaria y comunidad barrial funciona desde el año 2011 y varios integrantes de esta Red participan en calidad de asesores científicos y/o docentes orientadores tanto de jóvenes de nivel secundario como en asesoramiento en proyectos a docentes para el citado IPEM como para otras escuelas cercanas. Este club está avalado por la Dirección de Divulgación de Enseñanza de las Ciencias, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Provincia de Córdoba. (Ver anexo XII).

### **2.10. PUBLICACIONES**

Los integrantes de la Red latinoamericana COMEDHI, en relación a los objetivos de la misma, se proponen realizar en forma semestral o anual publicaciones en revistas especializadas indexadas y con referato tanto como editar libros propios y participar con diversos tipos de artículos, de interés general. Ejemplo de ello, es el proyecto *Historia para Centennial*, el que tienen como objetivo editar una colección de libros de Historia adaptada a las

necesidades digitales e interactivas tanto de docentes como de estudiantes en nivel secundario. (Ver anexo XIII).

Por todo lo expuesto, siendo las 21 hs, se da por finalizada esta reunión en la que se constituye de manera formal, la Red latinoamericana COMEDHI.

**Comisión Constitutiva de la  
Red Latinoamericana COMEDHI**

## Fundamentación y objetivos

El presente momento científico y cultural nos demuestra que el conocimiento es el factor de desarrollo más importante a través del cual se sustentan las sociedades, valor agregado que excede al ámbito académico. El fomento del conocimiento debe estar contemplado en las agendas de todos los organismos, sean estos nacionales, regionales o locales. Estar preparados para esta sociedad del conocimiento, desde la perspectiva del desarrollo territorial, lleva implícita la convicción que, si se guían y orientan en esta dirección las acciones de ciencia, tecnología e innovación y otras, se podrá lograr un impacto que se traducirá en mayor equilibrio, integración, sustentación y desarrollo social<sup>1</sup>.

El siglo XXI nos enfrenta a una sociedad con múltiples demandas, caracterizadas muchas de ellas en encontrar los mecanismos y las capacidades para convertir el conocimiento en herramienta central para el propio beneficio social (continúa Pescador Vargas, B. 2014). En estos escenarios dinámicos y cambiantes, las redes académicas, consideradas como asociaciones de grupos afines a objetivos para la producción, actualización e intercambio

---

<sup>1</sup> Pescador Vargas, Beatriz. (2014). ¿Hacia una Sociedad del Conocimiento? Docente Biomédica - Facultad de Medicina. Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido en: Revista Med. Print version ISSN 0121-5256. Revista de la Facultad de Medicina. vol.22 no.2 Bogotá July./Dec. 2014 [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-52562014000200001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-52562014000200001) (Consultado el 7 de agosto de 2019).

del conocimiento y de experiencias innovadoras en base a diversos proyectos de investigación, con el objeto de complementar capacidades y diversidad de actividades, adquieren un significativo rol para el contexto actual latinoamericano.

La Red latinoamericana COMEDHI, –Comunicación-Educación-Historia- es una asociación civil, de carácter académico, sin fines de lucro, que se gestiona a partir de una *Comisión de Integrantes de Gestión* con funciones en base a un *Reglamento, Organigrama* y mandato con funciones electivas, rotativas y limitadas.

La presente Red, conformada por estas tres áreas del conocimiento como disciplinas básicas, más, las que de la interdisciplinariedad de ellas surgen, tienen el objetivo de auspiciar la actualización del conocimiento, investigación, extensión, formación, docencia, publicación, transferencia e intercambio, proyectado desde un ámbito académico en base a una plataforma virtual y/o digital. Se piensa a esta asociación como un espacio de diálogo, intercambio y discusión para beneficio de la comunidad académica, local, nacional e internacional. Dentro de la plataforma en la que se materializa digitalmente esta Red, se prevé la interacción a través de otros portales asociados a la misma, para difusión, intercambios, actualización y tareas conexas.

Comunicación, Educación e Historia son los tres campos del conocimiento que se entrecruzan para que, a partir de diferentes investigaciones, se propicie tanto su desarrollo específico como así también líneas de investigación sobre las diferentes interrelaciones entre las mismas, logrando una constante actualización de acuerdo a las demandas de nuestra época, como a las que el ámbito académico, considere pertinentes.

En el campo de la *Comunicación*, los medios masivos se han caracterizado desde su inicio y constante evolución como aparatos de socialización importantes que influyen en las ideas, hábitos y costumbres. Algunos expertos llegan a afirmar que la cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas,

la televisión, la radio y los medios digitales actuales, excede en gran medida al volumen de información que llega a través de la enseñanza y los contenidos que se transmiten en las aulas. Por su parte, miradas críticas sobre el rol de los medios –los tradicionales y los digitales- han sido objeto de investigaciones dando cuenta de sus usos y construcciones en torno a hechos de la historia contemporánea y reciente, sus vínculos con las políticas gubernamentales y las relaciones con las audiencias. Desde el punto de vista de la conocida teoría de la agenda se plantea que los medios de comunicación son actores políticos que eligen los temas que consideran relevantes y construyen una realidad que ofrecen a las audiencias. No obstante, y como expresa la teoría, los medios nos dicen en qué pensar, pero no, en cómo hacerlo. Son en todo caso actores legitimados socialmente para influir, sobre todo en virtud de la práctica periodística, pero se trata de una influencia en un sentido *potencial*, no inexorable ni absoluto, en un determinado contexto de producción y reproducción.

Se pretende a través del estudio y análisis transdisciplinario, situar a la *Comunicación* como un actor clave a la hora de comprender los procesos socios históricos contemporáneos y recientes que modifican pautas, valores y tendencias del comportamiento social, mediático y educativo-cultural. Por ello, la *Comunicación* es el cimiento de todo proyecto social, político y cultural anclado en un momento de la *Historia*.

En lo que respecta a *Educación*, se considera a esta disciplina de las Ciencias Sociales y Humanidades como transversal a todo proceso de *conocimiento*, *Investigación* y *transferencia*.

Actualmente, el aporte de los soportes digitales y tecnológicos, propician que este campo se adecue a los constantes cambios que demandan las nuevas necesidades educativas del presente.

Ante este nuevo contexto, se destaca el rol del docente (uno de los actores fundamentales del proceso) como mediador y guía entre la información y el conocimiento significativo con compe-

tencias que van acordes a las necesidades de los estudiantes del presente, propiciando así reducir la llamada brecha digital.

En cuanto a los estudiantes, (otro de los actores fundamentales), es imperioso potenciar los aprendizajes a partir del desarrollo de las capacidades propias y adquiridas, para así formarlos de acuerdo a las necesidades generacionales y de ciudadanía ligadas a las sociedades actuales propiciando una mayor inclusión, diversidad y equidad social.

Por todo ello, paradigmas, técnicas, soportes y procesos confluyen para hacer que la *Educación* constituya la base de las transformaciones sociales, fundamentalmente desde un enfoque crítico y que posibilita una mayor justicia social.

En lo que respecta a la *Historia*, disciplina que estudia los hechos significativos del pasado e incluso, del pasado reciente, utiliza diferentes fuentes para sustentar su especificidad y así producir con objetividad, una aproximación al conocimiento.

Con ello, se intenta imbricar y sustentar los estudios de orden histórico relevante, tanto en el siglo XIX, XX, como en los del siglo XXI, periodos representativos de la *Historia Contemporánea y Reciente*.

Las relaciones entre la *Historia* y otras ramas del conocimiento en las *Ciencias Sociales y Humanidades* como la *Educación* y la *Comunicación*, favorecen el dialogo y el actuar de la interdisciplinariedad como una de las características fundamentales del desarrollo y de los procesos de prácticas de las ciencias en este nuevo siglo.

De este modo, las relaciones mutuas entre *Historia*, *Educación* y *Comunicación* a partir del tratamiento y análisis de los diversos medios, como de las características más significativas del proceso de enseñanza y aprendizaje, brindarán la posibilidad de explicar y comprender de modo reflexivo, crítico y autónomo, diversas prácticas sociopolíticas en un entorno local, regional, nacional e internacional con sus significados actuales, tanto como

de las fuentes y los actores más relevantes en un tramo histórico determinado, haciendo hincapié en el caso de esta Red, en el contexto latinoamericano.

La Red latinoamericana COMEDHI es una asociación civil, de carácter académico y sin fines de lucro. Su primera dirección pro-tempore (2019-2023), estará a cargo de la Dra. Renee Isabel Mengo; Doctorando Pablo Rubén Tenaglia, como Director Adjunto; y Doctorando, Julio César Firmani, en carácter de Coordinador General. Completan el Comité de Gestión: Mgtr, Mariana Dallera como Secretaria; Arq. Ana Belén Reinares como Tesorera y el Dr. Hugo Ignacio Pizarro como Sindico.

Se suman a la lista de integrantes fundadores otros docentes, investigadores y estudiantes, de diferentes niveles y modalidades educativas, tanto del orden público como privado nacional e internacional. (Ver anexo II. Integrantes).

En lo que se refiere a tareas de gestión y administrativas para un funcionamiento regular y constante de la Red latinoamericana, se procede a establecer un Organigrama de funciones, roles, competencias y alcances. (Ver anexo III. Organigrama).

En lo que respecta al marco normativo, de funcionamiento de esta Red, se procede a la implementación del Reglamento constitutivo del funcionamiento orgánico. (Ver anexo IV. Reglamento).

Es de destacar que la aprobación y actualización de cada uno de los Anexos que se detallan up supra, se llevarán a cabo en reuniones de la Comisión Directiva de Gestión año a año, en las que se aprobarán los documentos con sus respectivos cambios y actualizaciones.

En una visión más amplia, una red involucra una relación de unos o más actores interesados en desarrollar acciones diversas a fin de orientar esfuerzos, intereses, recursos y aspectos de diferente índole hacia el desarrollo de los objetivos propuestos por el colectivo de los integrantes de este tejido humano. Dicha vinculación se orienta al logro de resultados comunes provenientes de una

política de desarrollo científico, social, tecnológico e innovador en cualquier área del conocimiento humano. La Red va más allá de la simple interconexión temática e informativa por parte de los integrantes sobre un tema en particular, constituye una estrategia reciente para el desarrollo de los sistemas de ciencia y tecnología a escala mundial como mecanismo de apoyo inter y transdisciplinario en el avance del conocimiento para una mejor educación<sup>2</sup>.

Las nuevas tecnologías no sólo han ampliado las capacidades de búsqueda, almacenamiento y procesamiento de información, sino que al permitir trabajar colaborativamente en red han enriquecido el conocimiento tanto explícito como tácito de los usuarios a través de la socialización de la información (Finquelievich, 2014: 11)<sup>3</sup>. En el caso de la Red latinoamericana COMEDHI, esta asociación de múltiples intereses e interrelaciones de áreas del saber, se materializan en un organigrama con diversas representaciones jurisdiccionales por cada una de las temáticas básicas que conforman la Red (Comunicación-Educación-Historia) a través de una plataforma virtual/digital con proyección en Latinoamérica.

Este nuevo panorama tecnológico y con dinámica de transferencia del conocimiento adaptado a las características de nuestra época, no escapa a ningún ámbito social, inclusive las redes académicas que se sustentan por un lado, en las distintas organizaciones de producción del conocimiento como las universidades y centros especializados de altos estudios tanto en el área pública como privada, y por otro lado, gracias al aporte de los recursos tecnológicos que permiten acortar distancias entre los distintos puntos geográficos donde se ubican aquellos centros educativos que conforman las redes de conocimiento en la que interactúan

---

<sup>2</sup> Recuperado de <http://biblioteca.uac.edu.co/herramientas-digitales/redes-de-investigacion>. {Consultado el 20 de octubre de 2019}.

<sup>3</sup> Recuperado de [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/iigg-uba/20150327071328/Finquelievich-Innovacion\\_abierta\\_en\\_la\\_sociedad\\_del\\_conocimiento.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/iigg-uba/20150327071328/Finquelievich-Innovacion_abierta_en_la_sociedad_del_conocimiento.pdf) {Consultado el 28 de octubre de 2019}.

múltiples saberes, hacen que los docentes, estudiantes, investigadores y demás actores del sistema educativo, deban entender estas nuevas lógicas y articular saberes y conocimiento de manera inter y transdisciplinariamente.

Lo expuesto precedentemente, son algunas características del presente que permiten comprender y abordar desde la docencia-investigación y transferencia, la formación de la Red latinoamericana COMEDHI, en donde la Comunicación, la Educación y la Historia, dialogan, producen y enriquecen a la Red, para que el conocimiento, la investigación, el intercambio y las publicaciones sean un motor de actualización como identidad de la misma y adecuada a las necesidades del presente desde un enfoque latinoamericano.

## **Objetivos**

La Red latinoamericana COMEDHI se propone:

- Promover la actualización y circulación del conocimiento de las tres disciplinas -Comunicación-Educación-Historia-, tanto como la interrelación entre las mismas.

- Investigar temáticas relacionadas a la Comunicación, Educación e Historia y sus posibles puntos vinculantes con otras áreas del conocimiento, a los fines de incentivar el trabajo interdisciplinario desde un enfoque latinoamericano.

- Generar espacios de discusión, relativos a las tres disciplinas de las Ciencias Sociales y Humanidades que integran la Red latinoamericana.

- Potenciar el trabajo colaborativo y en equipos entre diferentes instituciones del sistema educativo de orden público y privado en lo local como nacional e internacional, especialmente en el contexto latinoamericano.

- Intercambiar experiencias significativas y prácticas relevantes con las particularidades de cada una de las tres disciplinas que integran la Red latinoamericana.

- Publicar las diferentes producciones en beneficio de la comunidad académica local y externa para lograr una retroalimentación del conocimiento entre sus miembros.

- Establecer lazos de cooperación interinstitucionales e interdisciplinarios para promover tendencias innovadoras relacionadas a las diferentes perspectivas de la sociedad actual.

