

dismo móvil y suma otra perspectiva legal al abordar el modo en que estos cambios repercuten en las calificaciones periodísticas establecidas en el Estatuto del Periodista Profesional.

32 AÑOS DE DEMOCRACIA DESDE UNA MIRADA POPULAR

Lucas Agustín García - Universidad Nacional de General Sarmiento
(aguss_garcia10@hotmail.com)

En el marco de la materia Historia de las Técnicas y Medios de Comunicación, de la Licenciatura en Comunicación dictada en la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), se propone realizar un abordaje analítico en el que se exponga la trayectoria de un medio gráfico (Diario Popular), y el estilo abordado en la reconstrucción de acontecimientos de gran importancia en la historia argentina. Para llevar a cabo dicho abordaje se partirá del análisis de un corpus seleccionado de ejemplares impresos del medio que abarcan un período desde 1983 hasta el 2015. En este sentido, el objetivo de la investigación consiste en vislumbrar el tratamiento brindado por el medio gráfico ante los cambios de mando en las presidencias, y las transformaciones de estilo que se producen en el diario, a partir del transcurso de los años electorales. Se considera relevante llevar a cabo este abordaje, ya que Diario Popular es un medio que se fundó el 1 de julio de 1974, día de la muerte del presidente Juan D. Perón, por lo que en sus primeros años no logró abordar elecciones presidenciales hasta que recién en el noveno año de su existencia, dicho medio pudo presenciar y comunicar sobre el fenómeno electoral con la vuelta de la democracia en el año 1983. Para construir la trayectoria cronológica de este medio gráfico, se tomarán en cuenta los años 1983, 1989, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011 y 2015. Teniendo en cuenta esto, para poder cumplir con los objetivos, el problema o criterio a abordar será: “Cómo se manifiesta el estilo en base al tratamiento de las noticias que abordan las elecciones presidenciales en el medio gráfico Diario Popular, a través de los años que van desde 1983 hasta 2015, en relación a las construcciones y transformaciones mediáticas más amplias que se produjeron en el medio gráfico a través de dicho periodo de tiempo”. La hipótesis, en este sentido, plantea la necesidad de llevar a cabo un análisis sobre cómo Diario Popular -como medio de comunicación gráfico y editorial en la sociedad argentina-, a raíz de los diversos años y acontecimientos acaecidos ha modificado el estilo de tratamiento de las noticias electorales a partir de modificaciones en sus contenidos más generales, tomando en cuenta a su público en vísperas de su consolidación como el tercer matutino en circulación en Argentina, en un contexto desfavorable de crisis económica para el mercado impreso argentino.

LA CONSTRUCCIÓN Y EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN EL CONTEXTO DE LAS ELECCIONES NACIONALES DE OCTUBRE 2019 EN LA ARGENTINA

María Elisa Ghea - UNLP
(mariaelisaghea@gmail.com)
Patricia Viale - UNLP
(pviale@perio.unlp.edu.ar)
Mariela Alejandra Carnino - UNLP
(macarnino@gmail.com)

El trabajo se enmarca en un proyecto de investigación que abordará el análisis del discurso periodístico político de los diarios en soporte papel: Clarín, La Nación y Página/12, en el contexto de las elecciones nacionales de octubre de 2019 en la Argentina. Este análisis abarcará desde el 22 de setiembre de 2019, que es el inicio de la campaña electoral, al 24 de noviembre que es la fecha límite para una eventual segunda vuelta. Tomará la cuestión sobre el posicionamiento de los medios de comunicación dominantes y hegemónicos en tanto actores políticos, empresariales, económicos, sociales, educativos y culturales que construyen información, la seleccionan y la tratan de una determinada manera. También se intentará determinar cómo influyen en el sentido común y en las subjetividades. En este particular, nos interesa indagar sobre cómo se hace el tratamiento y jerarquización de la información periodística política en el contexto de las elecciones nacionales en la Argentina. En el mundo existe un sistema mediático operado por los grupos de poder. Denis de Moraes en Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica

a la democratización de la información (2013) explica que “tomo la imagen de un árbol para situar las líneas predominantes del sistema mediático actual. En sus ramas se refugian los sectores de información y entretenimiento. Cada rama se une a las otras por intermedio de un hilo conductor invisible -las tecnologías avanzadas- que termina por entrelazar y lubricar a las demás en circuito común de elaboración, irradiación y comercialización de contenidos, productos y servicios. El árbol pertenece a un reducido número de corporaciones que se encargan de fabricar un volumen convulsivo de datos, sonidos e imágenes, en busca de incesante lucro a escala global” (p. 19). Los medios gráficos pertenecientes a grupos de multimedios, como es el caso del matutino Clarín o La Nación, son la agenda sobre la cual el resto de los medios perteneciente a la empresa madre construirán la información y harán el tratamiento. Es el medio gráfico por ahora, más allá de que cada vez se lea menos en soporte papel, el que delinea la postura política del grupo al cual pertenece y sigue cumpliendo un rol fundamental en el juego de la presión sobre, por ejemplo, los gobiernos, el sector gremial, judicial, empresarial. Los modelos de producción, selección y circulación de la información han ido transformándose con las TIC y, en particular, con el uso masivo de las redes sociales. Pero los intereses, intencionalidades y manipulación de la información siguen siendo intentar construir la realidad o, al menos, el de conducirla, para influir en las prácticas sociales y en los imaginarios colectivos mediante la imposición de una agenda de temas que, consideran, debe debatir la sociedad y sobre un estado de la cuestión que debe prestar atención.

DIARIO 'LA REFORMA' DE SAN JUAN: ABORDAJES COMPLEMENTARIOS

Guillermo Kemel Collado Madcur - Universidad Nacional de San Juan
(gcolladom@yahoo.com.ar)

El trabajo se enmarca en el Proyecto “Diario 'La Reforma' de San Juan (Argentina): Comunicación masiva y transgresión política”, que continúa la línea de “Estudios de Periodismo”, abierta en 2003 en el Gabinete de Estudio e Investigación en Comunicación de la UNSJ y encuadrada en el constructivismo (Berger y Luckmann, 1966/1968; Verón, 1987; Rodrigo Alsina, 1993). El diario “La Reforma” (1924-1936), no adscribía a un periodismo pretendidamente “objetivo” o “independiente”, aunque en él, así como en otros de la época y el lugar, comienzan a delinarse especializaciones del periodismo y a delimitarse y afianzarse géneros. Se propuso representar a estratos sociales entonces desempoderados. Su aparición coincide con los primeros años de cine y radio en San Juan, por lo que cada medio comienza a delimitar su lugar. Durante su existencia hubo violencia e inestabilidad política, por lo que fue “caja de resonancia” del contexto y “portavoz” de una parte. También entonces se reformó la Constitución Provincial, incorporando por vez primera el voto femenino y la agremiación obrera. “La Reforma” polemizó con otros medios, habiendo tomado todos a un mismo suceso y convertido en distintos acontecimientos. Lo innovador del medio, dado por su tipografía, géneros, publicidades e ilustraciones (tanto fotos como caricaturas), lo hacen un objeto de estudio rico y analizable. Se utilizan como técnicas de recolección de datos la recopilación documental y de procesamiento y el análisis de contenido. Se propone, con esta ponencia, continuar transfiriendo resultados parciales de este proyecto de investigación.

REVERSIONES: REVERSO Y LOS USOS POLÍTICOS DEL FACTCHECKING

Jorge Gobbi - UNTREF- UBA- UCES
(jorgegobbi@gmail.com)

Reverso (reversoar.com) es un proyecto formado por organizaciones de chequeo de datos, como Chequeado, AFP Factual, First Draft y Pop-Up Newsroom, junto con 100 medios de comunicación. En Argentina algunos de estos medios son Clarín, La Nación, Página/12 y otros. Reverso busca chequear informaciones que circulan en las redes sociales y que formarían parte de campañas de desinformación. Los resultados de estos chequeos se publican en los medios asociados. Uno de los objetivos de Reverso es claro: se chequean sólo publicaciones en redes sociales. De esa manera, se centra el foco de la búsqueda de la desinformación únicamente al espacio de las redes sociales, a diferencia de otros proyectos de chequeo de información -por ejemplo, Chequeado-. En ese marco, el proyecto de Reverso puede ser visto como una propuesta de legitimación de los medios tradicionales periodísticos, en tanto refuerza las ideas ya impulsadas por varios medios argentinos alrededor de la campaña del “editor responsable”, que tuvo lugar hace varios meses. Para esta ponencia, nos proponemos analizar cómo esta propuesta presenta algunas