



# Periodismo y covid-19. Homogeneización de contenidos en Argentina. Un análisis de caso

Journalism and covid-19. Homogenization of Content in Argentina. A Case Analysis

Rocío Pereyra<sup>1</sup>

Recibido el 24 de septiembre de 2020.

Aprobado el 6 de abril de 2021.

## Resumen

En este artículo se analizan los procesos de homogeneización de la información periodística en Argentina, con base en el estudio de una noticia publicada por el diario *Clarín* que involucró al presidente Alberto Fernández y que durante el mes de abril de 2020 fue publicada, con mínimas modificaciones, en 102 medios de diferentes ciudades del país. Se propone como técnica metodológica el análisis de contenido para estudiar la consonancia informativa y el vínculo entre las agendas de medios (*intermedia agenda setting*), a partir de la revisión de la teoría de la *agenda setting*, en general, y del concepto *proceso arterial* de Breed, en particular. Los resultados dan cuenta de una rápida propagación de la noticia, de una descontextualización de los hechos, de la omisión de la procedencia de la información y de la falta de verificación o chequeo de fuentes. En las conclusiones se discuten las prácticas del periodismo digital que instala una agenda por medio de la réplica de noticias y tensa la pluralidad informativa, con lo cual socava la construcción crítica y reflexiva de la opinión pública.

## Palabras clave

Agendas mediáticas, homogeneización, periodismo, medios concentrados, Argentina, covid-19.

## Abstract

The processes of homogenization of journalistic information in Argentina are analyzed, in this paper, based on the study of a news item, published by the *Clarín* newspaper, that involved president Alberto Fernández and was published during the month of April 2020, with minimal modifications, in 102 media outlets, in different cities of the country. The content analysis is proposed as a methodological technique to study the informative consonance and the link between media agendas (*intermedia agenda setting*), based on the review of the *Agenda Setting Theory* in general, and on the concept of *arterial process* from Breed, in particular. The results show a rapid spread of the news, a decontextualization of the events that occurred, the omission of the origin of the information, and a lack of source checking. In the conclusions we discuss the practices of digital journalism that installs an agenda through the replication of news and puts in tension the plurality of information, undermining the critical and reflective construction of public opinion.

<sup>1</sup> Doctoranda en comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de la Plata. También es docente en la cátedra Análisis del discurso periodístico de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina. rociopereyra.cs@gmail.com, ORCID: <<https://orcid.org/0000-0002-0791-3115>>.

## Keywords

Media agendas, homogenization, journalism, concentrated media, Argentina, COVID-19.

## Introducción

A finales de 2019 en Wuhan, República de China, se conoció una nueva enfermedad causada por el virus SARS-CoV-2. Tres meses más tarde, el 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud declaró que esta constituía una pandemia. En ese momento, en Argentina la preocupación por la capacidad sanitaria ante el desconocido virus aceleró la determinación de medidas por parte del gobierno nacional y desató el inicio de una intensa cobertura mediática sobre el tema.<sup>2</sup> De acuerdo con los datos obtenidos por el Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de Cuyo<sup>3</sup> entre marzo y octubre de 2020, 51 % de los temas en los medios se refirió a la COVID-19. Al mismo tiempo, se generó un mayor consumo de información, por parte de la ciudadanía, en diferentes soportes.<sup>4</sup> El crecimiento de la demanda de información encuentra su explicación en el marco de la teoría de *agenda setting*, bajo el concepto psicológico de “necesidad de orientación”,<sup>5</sup> que en 1977 Weaver definió como un factor que explica el interés en las coberturas mediáticas ante la incertidumbre respecto a un tema.<sup>6</sup> En este sentido en un momento en el que el periodismo fue declarado oficialmente por el Estado como servicio esencial,<sup>7</sup> y su vínculo con los públicos se fortaleció, ante el crecimiento de la demanda de información generada por la incertidumbre a causa de la propagación de la COVID-19, resulta imperante pensar en la calidad de los contenidos que se producen y en los modos en que los medios logran o no conciliar las expectativas de la ciudadanía con sus intereses editoriales.

2 Esteban Zunino, “Medios digitales y covid-19: sobreinformación, polarización y desinformación”, *Universitas*, núm. 34, marzo-agosto, Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, Quito, Ecuador, 2021, pp. 133-154. Disponible en <<https://universitas.ups.edu.ec/index.php/universitas/article/view/34.2021.06>>, doi: <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.06>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].

3 *Idem* y Esteban Zunino y Antonella Arcangeletti Yacante, “La cobertura mediática de la covid-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios *online* del país”, *Prácticas del Oficio*, núm. 1, vol. 25, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Buenos Aires, Argentina, 2020, pp. 49-66.

4 Nadia Koziner, “La cuarentena, los medios y la libertad”, *Letra P*, Buenos Aires, Argentina, 2 de junio, 2020. Disponible en <<https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-6-2-17-15-0-la-cuarentena-los-medios-y-la-libertad>>, [fecha de consulta: 5 de marzo, 2021], y Agustín Espada, “Medios en cuarentena”, *Letra P*, Buenos Aires, Argentina, 24 de marzo, 2020. Disponible en <<https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-3-24-14-50-0-medios-en-cuarentena>>, [fecha de consulta: 5 de marzo, 2021].

5 Maxwell McCombs, Donald L. Shaw y David H. Weaver, “New Directions in Agenda-Setting Theory and Research”, *Mass Communication and Society*, vol. 17, núm. 6, Taylor and Francis, Londres, Reino Unido, 2014, pp. 781-802. Disponible en <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2014.964871>>, doi: <<https://doi.org/10.1080/15205436.2014.964871>>, [fecha de consulta: 20 de mayo, 2020].

6 David Weaver, “Political Issues and Voter Need for Orientation”, en Maxwell McCombs (ed.), *Agenda Setting. Reading on Media, Public Opinion and Policymaking*, Lawrence Erlbaum, Nueva Jersey, EE. UU., 1991, pp. 131-140.

7 A través del Decreto Presidencial Núm. 297/20, desde el 20 de marzo de 2020 se estableció una medida de aislamiento social, preventivo y obligatorio en todo el territorio nacional para evitar la circulación y el contagio del virus SARS-CoV-2. En el artículo 6° de la norma, se exceptuó del cumplimiento del “aislamiento social, preventivo y obligatorio” y de la prohibición de circular a “las personas afectadas a actividades y servicios declarados esenciales en la emergencia”, entre ellos: “el personal que se desempeña en los servicios de comunicación audiovisuales, radiales y gráficos”. Decreto 297/2020, Aislamiento social preventivo y obligatorio, Argentina.gov.ar, Buenos Aires, Argentina, 12 de marzo, 2020. Disponible en <<https://www.argentina.gov.ar/noticias/el-gobierno-nacional-decreto-el-aislamiento-social-preventivo-y-obligatorio>>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].

Este artículo analiza una publicación periodística titulada: "Por el coronavirus, Alberto Fernández avaló la prisión domiciliaria para presos comunes".<sup>8</sup> La relevancia del caso de estudio reside en que fue publicado simultáneamente en 102 medios digitales del país y en que su contenido generó protestas en todo el territorio nacional.

Como objetivo general, se propone analizar la consonancia de la información y el vínculo entre las agendas de los medios con base en este caso, en el que la cobertura de un tema se constituyó como disruptivo en la agenda pública de Argentina durante la pandemia. De dicho propósito, se desprenden los siguientes objetivos específicos: 1) analizar el origen de la publicación y el sentido de su propagación, a partir de una revisión de la metáfora del "proceso arterial" de Warren Breed<sup>9</sup> y 2) analizar la procedencia de las fuentes de la información en cada artículo y del origen del acontecimiento relatado. La investigación recupera la revisión conceptual y metodológica de la teoría de la *agenda setting*; en particular, los estudios sobre *agenda intermedia*, enfocados en analizar la transferencia de tópicos entre diferentes medios de comunicación. Al mismo tiempo, el caso será contextualizado y repensado, a partir de la reflexión sobre la producción periodística en los medios digitales, la importancia de las plataformas tecnológicas en la circulación de la información y la crisis de las industrias mediáticas, profundizada en la situación de la pandemia por el coronavirus. La pregunta de indagación que vertebra este trabajo es: ¿qué revela el proceso de propagación de la noticia analizada del modo en el que el periodismo digital construye la actualidad informativa?

Esta investigación pretende advertir sobre los modos de producción periodística en los medios digitales y las implicancias que la homogeneización del contenido informativo representa para la pluralidad de voces y los puntos de vistas diferentes en la construcción noticiosa. También busca alertar sobre el riesgo que conlleva el hecho de que diferentes medios de un país repliquen, de forma textual o con modificaciones mínimas, informaciones que no están debidamente verificadas (chequeadas), que no se corresponden con hechos de la realidad, que están descontextualizadas o que directamente son falsas.

## El contexto argentino y el caso de estudio

De acuerdo con el investigador Martín Becerra, el sistema de medios de la República Argentina, en el período que va de la última dictadura militar del año 1976 al año 2019, se caracterizó por:

Primero, la erradicación de la censura directa; segundo, la concentración de la propiedad de las empresas en pocos pero grandes grupos; tercero, la convergencia tecnológica (audiovisual, informática y telecomunicaciones); cuarto, la centralización geográfica de la producción de contenidos, y quinto,

---

8 Clarín, "Por el coronavirus, Alberto Fernández avaló la prisión domiciliaria para presos comunes", *Clarín*, Buenos Aires, Argentina, 27 de abril, 2020. Disponible en <[https://www.clarin.com/politica/coronavirus-alberto-fernandez-avaloprision-domiciliaria-presos-comunes\\_0\\_qxh2hHM7n.html?fbclid=IwAR161EJjn7W00uyrg\\_lzDmrpo4HA72pmdBBTUQO-L7fHZkQyg7BBqpHox0](https://www.clarin.com/politica/coronavirus-alberto-fernandez-avaloprision-domiciliaria-presos-comunes_0_qxh2hHM7n.html?fbclid=IwAR161EJjn7W00uyrg_lzDmrpo4HA72pmdBBTUQO-L7fHZkQyg7BBqpHox0)>, [fecha de consulta: 27 de abril, 2020].

9 Warred Breed, "Newspaper 'Opinion Leaders' and Processes of Standardization", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 32, núm. 3, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1955, pp. 277-328. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769905503200302>>, doi: <<https://doi.org/10.1177/107769905503200302>>, [fecha de consulta: 10 de mayo, 2020].

la crisis radical del modelo económico en que se sostuvieron las empresas periodísticas durante más de un siglo.<sup>10</sup>

A la descripción de Becerra, podemos sumar la polarización política, que se traslada también a las industrias mediáticas. La historia política reciente de la República Argentina contribuye a comprender el período de polarización que atraviesa el país en el presente. Luego de la crisis política e institucional del año 2001, que significó la renuncia del entonces presidente Fernando de la Rúa y la posterior sucesión de cuatro mandatarios en apenas once días, emergió la figura de Néstor Kirchner (presidente en el período 2003-2007). El kirchnerismo, que llegó al poder junto con otras expresiones políticas que convergieron en el Frente para la Victoria (FPV), gobernó durante 12 años en Argentina; primero, con la presidencia de Néstor Kirchner y, luego, con los dos mandatos consecutivos de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011 y 2011-2015).

En relación con la regulación de la comunicación y vínculo con las empresas mediáticas, el presidente Néstor Kirchner hizo acuerdos con los medios concentrados del país, los que aumentaron su influencia, accedieron a nuevas licencias, y sostuvieron una posición editorial moderada hacia la primera gestión kirchnerista. Para el año 2008, la situación política cambió por la controversia que generó la llamada "Ley 125", que proponía retenciones móviles al sector agroexportador.<sup>11</sup> En 2009 fue presentada y aprobada por el Congreso Nacional la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual Núm. 26.522, que proponía, entre otras medidas tendientes a garantizar la pluralidad de voces, límites en el acceso a licencias para los medios de comunicación oligopólicos, a los que intimaba a presentar un plan de desinversión. La implementación de esta última ley desató un enfrentamiento directo entre las empresas mediáticas y la entonces presidenta Cristina Fernández. Periodistas del Grupo Clarín reconocieron, años más tarde, que se emprendió un "periodismo de guerra" contra el gobierno, fundamentalmente de manera previa a la elección presidencial.

En el año 2015, llegó a la presidencia Mauricio Macri (2015-2019), principal opositor al gobierno de los Kirchner. Entre sus primeras medidas de gobierno, el presidente Macri derogó por Decreto de Necesidad y Urgencia los puntos de la Ley Núm. 26.522.<sup>12</sup> Los principales grupos comunicacionales del país, por su alcance y estructura, sostuvieron una línea editorial de apoyo y blindaje a las medidas políticas y económicas del presidente Macri.

El 27 de octubre de 2019 fueron electos Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner como Presidente y Vicepresidenta de la Nación por el período 2019-2023. Ambos vencieron a la fórmula de Mauricio Macri. La elección se dirimió en un escenario de gran polarización, en el que ambas fuerzas políticas concentraron 88.48 % del total de los votos.

10 Martín Becerra, "Transformaciones, cambios en el ecosistema y nuevos actores en la era de la digitalización de los flujos de información y comunicación", en Mariela Mociulsky et al., *La vida digital de los medios y la comunicación: ensayos sobre las audiencias, el contenido y los negocios en internet*, Granica, Buenos Aires, Argentina, 2018, pp. 21-22.

11 El 17 de junio de 2008, la entonces presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció el envío a la Cámara de Diputados del Proyecto de Ley de Retenciones y Creación del Fondo de Redistribución Social. La medida fue resistida por el sector agroexportador del país, que realizó un *lockout* durante 129 días, con el cual provocó un desabastecimiento de productos alimentarios. Por su parte, los medios de comunicación de alcance nacional (socios principales del sector agrícola) modificaron su línea editorial para oponerse a la medida y criticar al gobierno de Fernández de Kirchner.

12 El 23 de diciembre, 13 días después de asumir la presidencia, el Dr. Macri promulgó el decreto Núm. 236/2015, que dispuso la intervención de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). El 29 de diciembre se promulgó otro decreto (267/2015) que puso fin a la pretensión antimonopólica de la legislación, debido a que permitió el aumento del tope de licencias; la suspensión de restricciones de propiedad cruzada; la eliminación del tope máximo de 35 % de la población a la que se le podía brindar servicios, y la derogación de los límites de transferencia de licencias.

Al comenzar el 2020 y frente al avance del coronavirus en el mundo, el nuevo gobierno debió centrar su gestión en la situación sanitaria, durante el primer mes después de declarada la pandemia en Argentina. Pareció pausarse la existente polarización política. La comunicación del gobierno de Fernández y la línea editorial de los periodistas confluían en la importancia de acatar los protocolos sanitarios dispuestos por el Ministerio de Salud. Lo cierto es que ese clima de estabilidad, con una centralidad y legitimidad poco antes vista en las acciones de gobierno, encontró un punto de ruptura, luego de 40 días de cuarentena obligatoria, momento en el que se publicó el artículo de estudio.

Una supuesta "liberación masiva de presos avalada por el Presidente Alberto Fernández en la agenda de los medios", generó miedo, rechazo y movilizaciones en gran parte de la ciudadanía, que se manifestó masivamente en contra del gobierno mediante cacerolazos los días 29 y 30 de abril. El origen de la información fue una entrevista radial a Alberto Fernández, en la que lo consultaron en torno al coronavirus y las cárceles. En la construcción noticiosa del acontecimiento, la opinión del mandatario se presentó como si él hubiera instrumentado una política pública, puesto que, de manera confusa, se le atribuyó la responsabilidad sobre el tema, aun cuando el Poder Ejecutivo no tiene injerencia sobre el Poder Judicial. Asimismo, en dicho texto se valoró al mandatario explícitamente de forma negativa, ya que se le asoció a sentidos como impunidad y corrupción.

La liberación masiva de presos nunca existió y la intervención del Presidente de la Nación sobre esta problemática tampoco, por lo que este caso se constituye en resonante para pensar la actuación de los medios en el país, sin perder de vista que el periodismo no puede pensarse desde un vacío social, es decir, sin considerar la consonancia entre los temas que aparecen reflejados en la prensa y la cultura política del momento.

### ***Intermedia agenda setting***

El vínculo entre la agenda de los medios y la agenda pública ha sido vastamente problematizado dentro de la teoría de la *agenda setting*. Para nuestro trabajo, resulta doblemente relevante recuperar esta corriente teórica; primero, para pensar el impacto de la agenda en un momento en el que la audiencia tiene una mayor necesidad de orientación. Maxwell McCombs y Dixie Evatt se refirieron a esta situación advirtiendo que a mayor necesidad de orientación, mayor es la probabilidad de que el medio instale la perspectiva de un acontecimiento.<sup>13</sup> Segundo, para problematizar cómo se construye la agenda y quiénes intervienen en su construcción. En este sentido, consideramos como premisa que el medio nunca se encuentra solo en la producción de sus contenidos, sino que estos son tensionados e intervenidos por una multiplicidad de factores. A este fenómeno, desde la perspectiva de *agenda setting* se lo denominó *agenda building*. McCombs presentó la metáfora de capas de cebolla para explicar los factores endógenos y exógenos que intervienen en el proceso de construcción de la agenda.<sup>14</sup> Dentro de ellos el investigador identificó: las fuentes externas, los "hacedores de la información", los medios de comunicación

---

13 Maxwell McCombs y Dixie Evatt, "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting", *Communication & Society*, vol. 8, núm. 1, Universidad de Navarra, Pamplona, España, 1995, pp. 7-32. Disponible en <<https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35616>>, [fecha de consulta: 20 de mayo, 2020].

14 Maxwell McCombs, "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research", *Journalism Quarterly*, vol. 69, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1992, pp. 813-824. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769909206900402>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769909206900402>, [fecha de consulta: 1 de abril, 2020].

que se influyen unos a otros (*intermedia agenda setting*), los soportes técnicos que marcan los límites de las coberturas, la cultura organizacional de las rutinas de trabajo en las redacciones, y, por último, los aspectos personales e ideológicos de cada periodista.<sup>15</sup> Cada factor interviene, con mayor o menor éxito, en los contenidos de los medios. Para los fines de este trabajo, recuperamos literatura sobre el nivel de análisis de *intermedia agenda setting*, dado que ofrece una serie de categorías que permite operacionalizar en indicadores observables la relación entre diferentes medios y la consonancia informativa.

En 1955, Warren Breed presentó como preocupante la creciente estandarización de contenidos en las tapas o portadas de los diarios de Estados Unidos; en este sentido advirtió: "La presentación de ciertos 'top' de historias en lugar de muchas historias alternativas, puede tener consecuencias para el funcionamiento de la democracia".<sup>16</sup> En su trabajo definió la estandarización como la correlación de agenda entre medios caracterizada por: 1) la existencia de un mismo o de similares elementos en las páginas de diferentes periódicos; 2) la presentación de un idéntico o similar tratamiento de esos elementos. Breed propuso, como hipótesis para entender este fenómeno, la metáfora del proceso arterial, la cual ilustra que los medios más grandes "irrigan hacia abajo", es decir, hacia otros más chicos, sus contenidos, con lo cual contribuyen a llenar los vacíos de los editores de los portales más pequeños.<sup>17</sup> En este esquema, algunos medios actúan, en relación con los criterios de noticiabilidad, como brújula de orientación de otros, en los que incluso los periodistas y editores perciben la coincidencia de contenidos como un trabajo bien hecho. En el mismo sentido, McCombs reconoció que los periodistas miran rutinariamente el trabajo de sus colegas para validar su sentido de las noticias.<sup>18</sup> Elisabeth Noelle-Neumann identificó el establecimiento compartido de criterios de noticiabilidad (*news values*) como causante de la consonancia;<sup>19</sup> también describió, como factores explicativos de este fenómeno, los siguientes: la tendencia de los periodistas a confirmar sus propias opiniones; el uso recurrente de ciertas fuentes de noticias, y la uniformidad de las opiniones de los periodistas por compartir aspectos demográficos, de formación o ideológicos, entre otros.<sup>20</sup>

### Antecedentes empíricos

Se ha evidenciado la homogeneidad o congruencia de contenidos en medios informativos desde diferentes perspectivas metodológicas.

En 1984 Toni Atwater identificó, en una investigación sobre la agenda informativa en noticieros de Michigan, que nueve editores de televisión local expresaron las mismas preferencias en temas

15 Natalia Aruguete, *El poder de la agenda: política, medios y público*, Biblos, Buenos Aires, Argentina, 2015, p. 108.

16 Warred Breed, *op. cit.*, p. 278.

17 *Idem*.

18 Maxwell McCombs, "A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future", *Journalism Studies*, núm. 6, Taylor and Francis, Londres, Reino Unido, 2005, pp. 543-557.

19 Elisabeth Noelle-Neumann, "Return to the Concept of Powerful Mass Media", *Studies of Broadcasting*, vol. 9, núm. 1, The Theoretical Research Center, Tokio, Japón, 1973, pp. 67-112.

20 Tony Atwater, "Consonance in Local Television News", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 30, núm. 4, Broadcast Education Association, Londres, Reino Unido, 1986, pp. 467-472. Disponible en <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838158609386638>>, doi: <https://doi.org/10.1080/08838158609386638>, [fecha de consulta: 1 de septiembre, 2020].

a la hora de generar información.<sup>21</sup> Dos años más tarde, Atwater relevó la cantidad de contenido duplicado en nueve estaciones de televisión comerciales en Estados Unidos.<sup>22</sup>

Thomas Donohue y Theodore Glasser analizaron la cobertura informativa sobre el gobernador de Connecticut en la prensa gráfica de dicho estado, entre 1967 y 1976, y observaron que, para 1976, la mayoría de las noticias sobre el gobernador de Connecticut provenía de muy pocas fuentes. En su trabajo alertaron que la pérdida de producción propia de los medios en las noticias sobre el gobernador podía atribuirse a la implementación del uso de la copia electrónica y la disminución sustancial de personal en los medios.<sup>23</sup>

En 1982 Daniel Riffe y Eugene Shaw compararon la cobertura informativa de dos periódicos electrónicos de Estados Unidos, sobre el Tercer Mundo. El estudio reafirmó que, a mayor consonancia entre medios, mayor es su capacidad de instalar una perspectiva de los problemas sociales.<sup>24</sup> Con otra pregunta de investigación, pero similar estrategia metodológica, Christiane Eilders propuso comparar diferentes editoriales de periódicos de Alemania entre 1993 y 1998 para evaluar los grados de enfoque y consonancia entre los medios.<sup>25</sup> La distinción entre enfoque y consonancia radicaba en que el primero se refería a una correspondencia de temas o problemas, mientras que el segundo denotaba una correspondencia en la opinión sobre estos. Eilders buscó observar el vínculo entre empresas informativas y su impacto en el sistema político, a partir de la premisa de que a mayor consonancia entre medios, mayor es su capacidad de intervención en el sistema político.

En 1989 Stephen Reese y Lucig Danielian comprobaron la capacidad de liderazgo y fijación de agenda del *New York Times* en otros medios.<sup>26</sup> Sobre el papel de las empresas periodísticas de élite y su capacidad de influencia en la agenda de medios menores en la era de internet, se reconocen los aportes de Meraz;<sup>27</sup> Barabási y Albert,<sup>28</sup> y Lee.<sup>29</sup> En estos trabajos se alude a que, pese a la apa-

21 Tony Atwater, "Product Differentiation in local tv News", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, núm. 61, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1984, pp. 757-762. Disponible en <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838158609386638>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769908406100402>, [fecha de consulta: 1 de septiembre, 2020].

22 Tony Atwater, "Consonance in Local Television News", *op. cit.*

23 Thomas Donohue y Theodore Glasser, "Homogeneity in Coverage of Connecticut Newspapers", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 55, núm. 3, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1978, pp. 592-595. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769907805500328>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769907805500328>, [fecha de consulta: 7 de agosto, 2020].

24 Daniel Riffe y Eugene Shaw, "Conflict and Consonance: Coverage of Third World in Two u. s. Papers", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 59, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1982, pp. 617-626. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769908205900414>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769908205900414>, [fecha de consulta: 1 de septiembre, 2020].

25 Christiane Eilders, "The Impact of Editorial Content on the Political Agenda in Germany: Theoretical Assumptions and Open Questions Regarding a Neglected Subject in Mass Communication Research", *Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung Discussion Papers*, núm. 3, Berlín, Alemania, 1997, pp. 97-102.

26 Lucig Danielian y Stephen Reese, "A Closer Look at Intermedia Influences on Agenda Setting: The Cocaine Issue of 1986", en Pamela Shoemaker (ed.), *Communication Campaigns About Drugs: Government, Media and the Public*, Lawrence Erlbaum, Nueva Jersey, EE. UU., 1989, pp. 47-66.

27 Sharon Meraz, "Using Time Series Analysis to Measure Intermedia Agenda-Setting Influence in Traditional Media and Political Blog Networks", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, núm. 88, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 2011, pp. 176-194.

28 Albert Barabási y Albert Réka, "Emergence of Scaling in Random Networks", *Science*, vol. 286, núm. 5439, American Association for the Advancement of Science, Washington D. C., EE. UU., 1999, pp. 509-512.

29 Jae Lee, "The Effect of the Internet on Homogeneity of the Media Agenda: A Test of the Fragmentation Thesis", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, núm. 84, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 2007, pp. 745-760.

rente condición de igualdad o de mayor pluralidad que internet ofrece, las marcas líderes continúan concentrando los flujos informativos, y las agendas de temas siguen siendo homogéneas y estables.

Más recientemente, los investigadores Chris Vargo y Lei Guo realizaron una exhaustiva investigación empírica de *intermedia agenda setting*. Compararon redes temáticas en un total de 2760 sitios web de Estados Unidos y comprobaron que las agendas de los medios eran altamente homogéneas y recíprocas, y que los medios partidarios les estaban disputando el liderazgo a las marcas periodísticas de élite en la instalación de *agenda intermedia*.<sup>30</sup>

Entre los trabajos vinculados con este tema en Latinoamérica, resultan pertinentes y en diálogo con el trabajo presentado las investigaciones de Francisco Tagle y Cecilia Claro en Chile, quienes problematizan qué sucede con el papel de vigilancia del poder socialmente asignado a los medios, una vez que las empresas informativas concentradas de la región se han transformado en protagonistas del escenario político, al intervenir en las condiciones de gobernabilidad y controlar de manera homogénea la información.<sup>31</sup>

En Argentina Natalia Aruguete<sup>32</sup> sistematiza los aportes de Casermeiro de Pereson,<sup>33</sup> Rey Lenon<sup>34</sup> y Pablo Boczkowski,<sup>35</sup> quienes probaron la existencia de consonancia entre los dos medios gráficos, impresos, de mayor alcance del país: *Clarín* y *La Nación*.

Sobre homogeneidad en medios digitales en Argentina, Pablo Boczkowski y Martin de Santos en 2007 comprobaron un alto porcentaje de superposición de contenido no solo entre las distintas ediciones, virtuales y gráficas, de las mismas empresas, sino también entre las diferentes compañías informativas.<sup>36</sup> En 2019 Esteban Zunino realizó un estudio en los diez medios *online* más leídos del país para caracterizar el uso de las fuentes en el periodismo *online*, digital. El autor demostró que existió una correlación homogénea en el uso de fuentes entre todos los medios analizados, y que las fuentes oficiales fueron las más citadas.<sup>37</sup> De este modo, se puede advertir un preocupante desbalance en la diversidad de voces presentes en las noticias *online*.

30 Chris Vargo y Lei Guo, "Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online U.S. News", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 94, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 2016, pp. 1031–1055. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1077699016679976>>, doi: <https://doi.org/10.1177/1077699016679976>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].

31 Francisco Tagle y Cecilia Claro, "Enquadres y uso de fuentes en la vigilancia mediática. Análisis de prensa argentina y chilena: casos José López y Caval", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 24, núm. 1, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, 2018, pp. 413-428. Disponible en <<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/59958>>, doi: <https://doi.org/10.5209/ESMP.59958>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].

32 Natalia, Aruguete, *op. cit.*, p. 105-124.

33 Alicia Casermeiro de Pereson, *Los medios y las elecciones. La agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*, Editorial de la Universidad Católica Argentina, Buenos Aires, Argentina, 2003. Disponible en <<https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7908>>, [fecha de consulta: 18 de agosto, 2020].

34 Federico Rey Lenon, *Argentina: elecciones 1997. Los diarios nacionales y la campaña electoral*, The Freedom Forum y Universidad Austral, Buenos Aires, Argentina, 1998.

35 Pablo Boczkowski, "News at Work. Imitation in an Age of Information Abundance", *The University of Chicago Press*, Chicago, EE. UU., 2010.

36 Pablo Boczkowski y Martin de Santos, "When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers", *Political Communication*, núm. 24, vol. 2, Taylor and Francis, Londres, Reino Unido, 2007, pp. 167-180. Disponible en <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600701313025?journalCode=upcp20>>, doi: <https://doi.org/10.1080/10584600701313025>, [fecha de consulta: 7 de agosto, 2020].

37 Esteban Zunino, "¿Quién define la agenda? Las fuentes de información en la prensa digital argentina", *Comunicación y Sociedad*, año 16, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 2019, pp. 1-23. Disponible en <<http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e7394>>, doi: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7394>, [fecha de consulta: 5 de septiembre, 2020].



## Periodismo digital

A partir de 1995 en América Latina comenzó un proceso de expansión de los medios a un nuevo formato digital. En sus inicios, este se caracterizó por la adaptación de las empresas gráficas existentes, cuyo propósito consistía más en tener una vidriera digital en la cual volcar y difundir sus publicaciones de papel, que en crear nuevo contenido.<sup>38</sup> Lo cierto es que el nuevo formato, con posibilidades de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, rápidamente puso en tensión el modelo de negocios: los contenidos por los que antes se pagaba, después se encontraron de forma gratuita en la red. En este sentido, la digitalización de los contenidos informativos generó un contraefecto: la información se volvió algo tan accesible y omnipresente que perdió valor.<sup>39</sup> En este escenario, las empresas info-comunicacionales debieron “revertir la lógica que había guiado el crecimiento de estas industrias”,<sup>40</sup> mientras que competían con la aparición de nuevos medios nativos digitales, cuyas redacciones estaban armadas especialmente para comunicar en la web. Lo cierto es que no todas las empresas mediáticas enfrentaron y enfrentan la digitalización por igual; la convergencia tecnológica exacerba las desigualdades entre los medios. Mientras que las grandes empresas pueden sostenerse, incluso aún con pérdidas en relación con el contexto divergente, para la prensa pequeña esta situación se vuelve insostenible, lo que obliga a los trabajadores a estar preparados para afrontar la polivalencia de medios, formatos y tareas.<sup>41</sup> En este escenario, los contenidos informativos han adquirido una nueva configuración que parece alejarse de los clásicos manuales de periodismo. La producción informativa es permanente, los tiempos apremian y los estándares de calidad no siempre pueden cumplirse.

La irrupción de las plataformas globales de comunicación, a principios de siglo XXI, marcó otro punto de inflexión en los modos de producción y circulación de la información. Para Martín Becerra, los medios de comunicación tradicionales controlaron la producción, edición, distribución, exhibición y comercialización de las noticias.<sup>42</sup> Esto les permitió consolidar su influencia en las decisiones de gobierno y poseer el monopolio de la atención de las personas, hoy fuertemente disputada por las redes sociales y otros medios emergentes. Sin embargo, la situación se modificó en los últimos 20 años a causa de los nuevos hábitos de consumo informativo y la irrupción de las plataformas digitales, que transformaron el ecosistema mediático y el principal sustento de las empresas periodísticas, es decir, la distribución de los ingresos publicitarios *online*, que ahora dominan principalmente compañías tecnológicas de alcance global, como *Google* y *Facebook*.

38 Alejandro Rost y Viviana García, “Del volcado del diario impreso a la lógica blog. Doce años de Clarín.com”, en Juan Carlos Bergonzi (dir.), *Periodismo digital en la Argentina*, Publifadecs-Universidad Nacional de Comahue, General Roca, Argentina, 2008, pp. 65-97.

39 Ramón Salaverría, “Digital Journalism: 25 Years of Research. Review Article”, *Profesional de la Información*, vol. 28, núm. 1, Ediciones Profesionales de la Información, Barcelona, España, 2019, pp. 1-26. Disponible en <<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.ene.01>>, doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>, [fecha de consulta: 5 de septiembre, 2020].

40 Martín Becerra, “De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso”, *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 5, núm. 8, Universidad del País Vasco, Vizcaya, España, 2000. Disponible en <<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/17418>>, [fecha de consulta: 1 de septiembre, 2020].

41 Lorena Retegui, “Métricas y cuantificación del rendimiento individual de los periodistas: un estudio en el interior de una sala de redacción”, *Austral Comunicación*, vol. 9, núm. 1, Universidad Austral, Buenos Aires, Argentina, 2020, pp. 45-67. Disponible en <<https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/349>>, doi: <<https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901.ret>>, [fecha de consulta: 5 de septiembre, 2020].

42 Martín Becerra, “El continente del periodismo en descomposición”, en Reynaldo Sietecase (comp.), *Periodismo: instrucciones de uso. Ensayos sobre una profesión en crisis*, Prometeo, Buenos Aires, Argentina, 2020, pp. 49-65.

La crisis de la prensa en Latinoamérica<sup>43</sup> tiene múltiples factores: pérdida de ventas de ediciones impresas; pérdida de anunciantes; escaso control del mercado publicitario digital; desprogramación de los flujos de comunicación; desorganización en la jerarquía editorial; éxodo de los públicos a otras plataformas, y surgimiento de nuevos medios de comunicación que también informan y entretienen.<sup>44</sup> De acuerdo con Becerra: “lo que la llamada revolución digital pone en cuestión es la manera en la que se produce, edita, almacena, distribuye, usa y consume la cultura a nivel masivo. Se trata de una mutación social y no solo industrial”.<sup>45</sup>

En este contexto, los medios de comunicación necesitan que la información que producen sea visible, por medio de enlaces, en los ecosistemas de búsqueda de Google o en las enormes comunidades que representan las redes sociales, en especial Facebook y Twitter. Sin embargo, la arquitectura de las plataformas digitales<sup>46</sup> no garantiza visibilidad en igualdad de condiciones; por el contrario, las plataformas digitales constituyen, mediante algoritmos y criterios de posicionamiento e indexación poco transparentes, un factor determinante para la libre circulación de la información, y marcan la tendencia hacia la homogeneización de acuerdo con criterios empresariales y un enorme poder de concentración de audiencias.

## Metodología

Para esta investigación se decidió utilizar la técnica del análisis de contenido (AC), puesto que permite realizar inferencias reproducibles y válidas sobre fenómenos distintos a los directamente observados.<sup>47</sup> Al mismo tiempo, posibilita realizar comparaciones entre los elementos analizados en función de los objetivos propuestos. En este sentido, es una técnica de investigación que, desde su utilización en los estudios de comunicación, permite la elaboración de una gran evidencia empírica sobre diversos contenidos, a los que describe, sistematiza y cuantifica. Si bien en sus orígenes esta técnica se caracterizó por su pretensión de objetividad —motivo por el cual ha sido objeto de múltiples discusiones—, resulta importante aclarar que los instrumentos de codificación y diseño de variables de análisis no escapan a la construcción del investigador que decide qué observar y cómo medirlo. Por esto entendemos que el sentido de objetividad de esta técnica radica en explicitar los mecanismos empleados en la investigación para que otros puedan poner a prueba los resultados, y no, en el desplazamiento de la subjetividad de los investigadores.

Para la construcción del corpus de análisis, se consideró el total de notas periodísticas identificadas en las primeras 20 páginas de resultados de búsqueda de Google que llevó como título: “Por el coronavirus, Alberto Fernández avaló la prisión domiciliaria para presos comunes”. También se consideraron aquellos artículos que cambiaron algunas palabras por sinónimos, pero que

43 Facundo Suenzo, Pablo Boczkowski y Eugenia Mitchelstein, “La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica”, *Cuadernos.info*, núm. 47, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, Chile, 2020, pp. 1-25.

44 Martín Becerra, “El continente del periodismo en descomposición”, *op. cit.*

45 Martín Becerra, “Transformaciones, cambios en el ecosistema y nuevos actores...”, *op. cit.*, p. 28.

46 Sandra Álvaro Sánchez, “La esfera pública en la era de la hipermediación algorítmica: noticias falsas, desinformación y la mercantilización de la conducta”, *Hipertext.net. Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, núm. 17, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España, 2018, pp. 74-82. Disponible en <<https://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/340895>>, doi: <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.117.07>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].

47 Klaus Krippendorff, *Método de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Paidós, Barcelona, España, 1990.

mantuvieron los mismos elementos y sentidos en la oración titular o encabezado; por ejemplo: “Por la pandemia, el presidente avaló la prisión domiciliaria para presos comunes”.

A partir de la identificación de 102 artículos periodísticos de diferentes portales informativos digitales del país, se procedió a sistematizar, en primer lugar, los aspectos formales de cada nota, como nombre de la empresa informativa, titulación (encabezado), fecha, horario de publicación y ubicación geográfica del medio. Estos datos permitieron describir el origen de las noticias y la expansión geográfica de su propagación, información relevante para el primer objetivo de esta investigación.

Es necesario aclarar que las 102 noticias recolectadas no constituyen la totalidad de los textos informativos sobre el tema, debido a que el buscador de Google determina, mediante algoritmos, la posición y visibilidad de los artículos mostrados.<sup>48</sup> Dado que estas fórmulas algorítmicas no son de público conocimiento, debemos presumir que podría haber sesgos y omisiones. Pese a esto, el corpus de noticias conformado permitió desarrollar la pregunta de investigación y responder los objetivos presentados en este artículo. En la Tabla 1 se muestra la forma en la que se sistematizaron los datos.

**Tabla 1. Sistematización de datos**

	Artículo
Nombre de la empresa informativa	
Título del artículo	
Enlace	
Fecha de publicación	
Horario de publicación	
Ubicación geográfica del medio	

Fuente: elaboración propia.

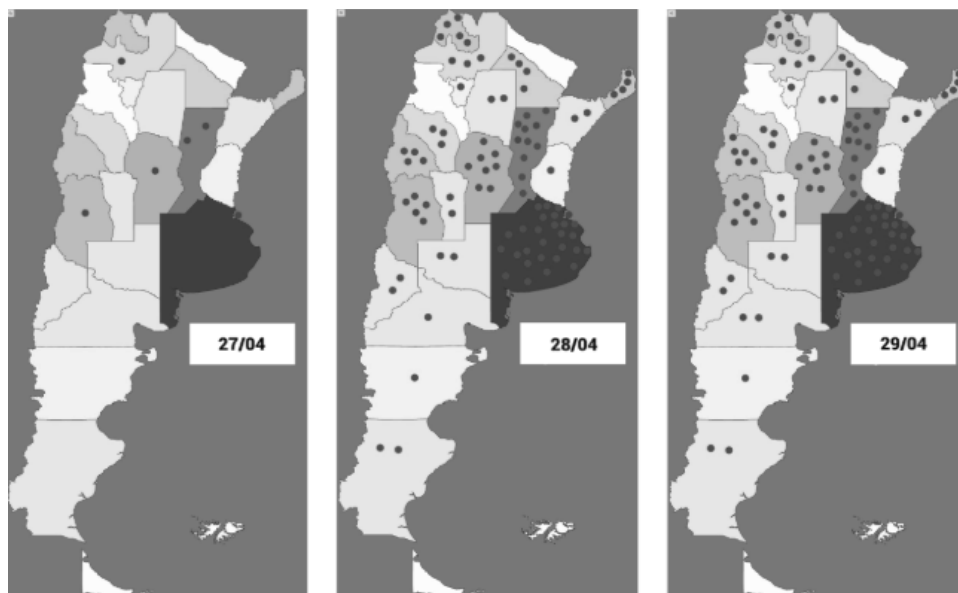
Después de la identificación del origen de la información, se analizó la explicitación de su procedencia en cada una de las notas, bajo la comprensión de que toda publicación informativa requiere fuentes para construir los acontecimientos noticiables. Se construyeron como categorías de la variable: 1) *Clarín*; 2) otros medios; 3) entrevista a Alberto Fernández; 4) no es posible identificar o no se explicita. Por último, se observó el nivel de similitud y congruencia de cada nota respecto a la original, a partir de las categorías: 1) reproduce información textual completa; 2) reproduce información textual acortada; 3) reproduce información textual y, al mismo tiempo, incorpora nueva información.

48 Ernest Abadal y Lluís Codina, “La diversidad cultural en Google y los motores de búsqueda: una aproximación conceptual”, *Profesional de la Información*, vol. 17, núm. 2, Ediciones Profesionales de la Información, Barcelona, España, 2008, pp. 191-198. Disponible en <<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2008.mar.09>>, doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2008.mar.09>, [fecha de consulta: 7 de marzo, 2021].

## Resultados

En relación con el primer objetivo de este trabajo, que buscaba analizar el origen de la información que luego fue propagada, al comparar los horarios, fechas y ubicación geográfica de publicación de cada una de las 102 notas que integraron el corpus de análisis, se pudo identificar que la primera publicación se emitió en el portal digital *Clarín*, perteneciente al grupo homónimo, el cual concentra un alto porcentaje del mercado de las comunicaciones en el país. Esta situación lo coloca en una posición dominante y privilegiada, por sobre cualquier otro medio en Argentina. Sobre la identificación del sentido de propagación, se pudo determinar que el día 27 de abril, a las 19:50, la versión digital de *Clarín* tituló su noticia: "Por el coronavirus, Alberto Fernández avaló la prisión domiciliaria para presos comunes", y desde ese momento, fundamentalmente el día 28, pero incluso hasta el día 29, el contenido se replicó en otros portales informativos de distintos puntos geográficos, lo que contribuyó a expandir el alcance inicial de *Clarín* y su versión del acontecimiento. En la Imagen 1 puede verse la expansión geográfica del mismo contenido por provincias en las fechas identificadas.

### Imagen 1. Expansión geográfica por provincias del mismo contenido informativo en distintos medios, entre el 27/04/2020 y el 29/04/2020



Fuente: elaboración propia.

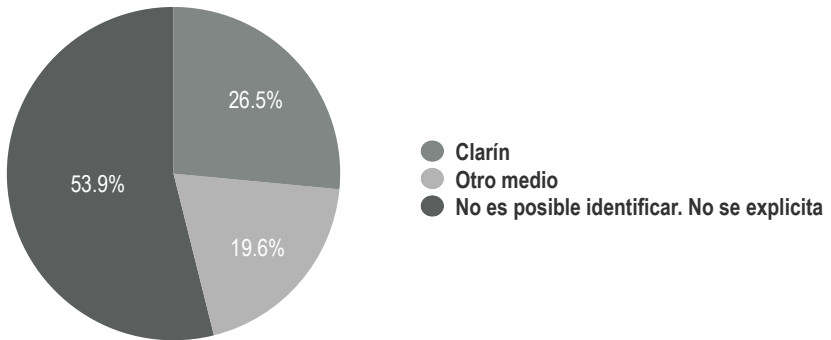
A partir de la identificación del origen de la noticia, se buscó comprobar si la procedencia de la información se mencionaba de manera explícita en las réplicas. Al mismo tiempo, se corroboró

si los acontecimientos que dieron origen a la noticia de *Clarín* fueron citados. Sobre el primer aspecto, en 53.9 % de los casos, la procedencia no fue mencionada; en 26.5 % se identificó a *Clarín* como fuente, y en 19.6 % se aludió a otros medios como origen de la información. Lo significativo de este último porcentaje es que, en muchos casos, algunos portales reconocían que la redacción de los hechos relatados no era propia, sino que asignaban la autoría a otros sitios y, en ninguno, se aclaraba que la réplica provenía de *Clarín*. En este sentido, pudo apreciarse cómo medios cabeceras de diferentes provincias del país generaron el mismo efecto que *Clarín* con empresas informativas de portales locales, por lo que es posible afirmar que la metáfora arterial encuentra su correlato en la producción digital de contenidos: mientras algunas compañías publican información, otras esperan para formular su agenda. El esquema propuesto por Warren Breed detalla que medios locales buscan su orientación en el medio más próximo en su escala, es decir, en medios provinciales primero, y estos, después, en medios nacionales.

A la luz de la evidencia recolectada, el acceso a los acontecimientos no estaría garantizado únicamente por la cercanía geográfica, sino también por la capacidad de liderazgo de una empresa informativa para instalar su versión de los hechos, como la de *Clarín*. Es posible afirmar, entonces, que en la práctica cotidiana, las empresas periodísticas establecen a otros medios, sean estos más o menos próximos a sus redacciones, como referencia de noticiabilidad, y, por el grado de confianza y autoridad asignada, no solo comparten el enfoque de temas y la perspectiva, sino que, en la era digital, directamente replican la información. Cuando todos convergen, hasta el punto de que no es posible identificar quién escribe, el ejercicio del periodismo pierde su función y el debate público se empobrece.

### Gráfico 1. Procedencia de la información

102 respuestas



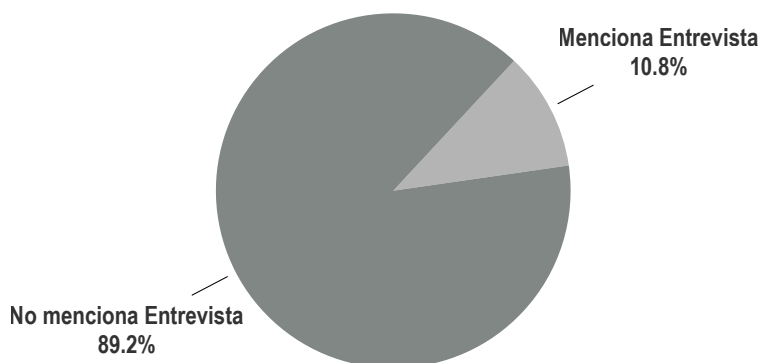
Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, respecto de si se narró en los artículos el origen de los acontecimientos relatados, podemos decir que solamente 10.8 % de los medios analizados mencionó la entrevista radiofónica a Alberto Fernández que realizó la emisora *Radio Con Vos FM 89.9* y de la cual *Clarín* tomó fragmentos para construir el encuadre de la noticia desde una perspectiva que trasladó la problemática de la

arena judicial a la arena política, con lo cual asignó la responsabilidad de la situación al presidente Alberto Fernández y a la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner.

La particularidad de este caso de estudio consiste en que dicha entrevista fue publicada completa, el mismo día de su realización, es decir, el 27 de abril, en las cuentas oficiales del gobierno. Por lo tanto, queda expuesto que los medios que publicaron la información analizada accedieron a los hechos mediante *Clarín* y su definición de la problemática, y no por la entrevista que originó la información. Este hallazgo revela una tensión en la manera en que se construyen las agendas informativas digitales, y en cómo ciertas prácticas periodísticas van en desmedro de la calidad de lo narrado. Sobre las declaraciones de Alberto Fernández en relación con el estado de las cárceles, fue más relevante la voz de *Clarín* que la voz del propio Presidente. El ejemplo resalta los riesgos de un periodismo que se ubica entre la cobertura de hechos y la preselección a la carta de otros medios.

## Gráfico 2. Procedencia de la información de origen del acontecimiento relatado



Fuente: elaboración propia.

Por último, resulta importante hacer referencia al nivel de similitud entre los artículos analizados. Sin desconocer que la copia de un mismo título en 102 medios manifiesta un alto nivel de congruencia con la perspectiva de *Clarín* sobre la problemática, debemos decir que se identificaron algunos matices y modificaciones entre el contenido original y el publicado por los otros medios. En todos los artículos aparecieron copias textuales de contenido; sin embargo, el tratamiento no fue exactamente igual en todos. Mayoritariamente se reprodujeron los primeros diez párrafos, de modo que, en algunos medios, se acortó la publicación y se desecharon, sobre todo, los párrafos finales de la nota de origen, en los que se evaluaba negativamente al gobierno y, en particular, a los representantes del kirchnerismo, por lo que el recorte marcó una leve divergencia. Con un porcentaje mucho menor, se identificaron notas que incorporaron información adicional a la de origen y, con un porcentaje de 26 %, se ubicaron las que reprodujeron el artículo original de manera completa y sin modificaciones.

## Conclusiones

En este trabajo nos propusimos analizar la consonancia de la información y el vínculo entre las agendas de los medios en la República Argentina, para lo cual se estudió el caso de la cobertura de un tema que involucró al presidente Alberto Fernández y que generó controversias en la opinión pública. El primer objetivo de la investigación buscó analizar el origen de la información y el sentido de su propagación, a partir de una revisión de la metáfora del *proceso arterial* de Warren Breed. Como se demostró en los hallazgos presentados, el portal digital del diario *Clarín* creó la noticia que fue replicada por 102 medios en apenas tres días; la evidencia revela la relación *intermedia* existente entre las empresas informativas y *Clarín*.

Como cambio significativo en relación con los antecedentes empíricos citados en el apartado de revisión, este caso no solamente manifiesta un alto grado de congruencia, a través de la comprobación de transferencia de relevancia a un mismo tema en un mismo período, sino que se encuentra una mimesis del contenido, en la que no hay distinciones de perspectivas ni otros enfoques posibles. La información se distribuyó de manera descontextualizada y sin haber sido chequeada, verificada. Esta situación muestra riesgos en la construcción de la opinión pública. Los lectores esperan que, en el periodismo, existan criterios de veracidad y calidad en la selección, edición y presentación de la actualidad informativa, especialmente en contextos de necesidad de orientación como los que presenta una pandemia. Entre los riesgos que se desprenden, pueden reconocerse los siguientes: a) la difusión de informaciones que no son veraces y contribuyen a desinformar; b) la presentación de un modo de encuadrar los acontecimientos que se vuelve hegemónico y que invisibiliza puntos de vista alternativos o contrarios a la mirada ampliamente difundida; c) la rápida viralización de la información que no permite ni a los medios de comunicación ni a las plataformas verificar el discurso circulante y desmentirlo, o, como indican los estándares de calidad periodística, ofrecer a quienes fueron agraviados el mismo espacio de difusión para resarcir las acusaciones en su contra; d) el socavamiento del propósito del periodismo, como garante de la pluralidad de voces y perspectivas que aseguren la construcción crítica de opiniones y la toma de mejores decisiones, lo cual se demuestra en los preocupantes niveles de desconfianza de los latinoamericanos en las instituciones mediáticas.<sup>49</sup>

Sobre el segundo objetivo específico, se observó la procedencia de las fuentes de la información en cada artículo y el origen del acontecimiento relatado. Se pudo comprobar que más de la mitad de las noticias replicadas (53.9 %) no mencionó ninguna fuente informativa, y que 19.6 % mencionó otros medios que previamente habían propagado la noticia desde *Clarín*. Esta omisión, frecuente en la prensa *online* en Argentina, implica una naturalización de la copia electrónica, con la que, ante la falta de información de elaboración propia, se opta por replicar otros contenidos, como ocurre cuando se retoma lo informado por las fuentes institucionales y las oficinas de relaciones públicas, además de que los medios se vuelven, con frecuencia, otra fuente de suministro de información. Al elegir esta opción, un medio relega pragmáticamente la elaboración de las noticias sobre un determinado tema a otro, al que considera en la posibilidad de realizar el trabajo. Al hacerlo, renuncia a la opción de presentar una mirada propia sobre determi-

---

49 Martín Becerra, "Grieta y (des)confianza: cae 6 % en un año la credibilidad de las noticias", *Letra P*, Buenos Aires, Argentina, 16 de junio, 2020. Disponible en <<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-6-16-11-12-0-grieta-y-des-confianza-cae-6-en-un-ano-la-credibilidad-en-las-noticias>>, [fecha de consulta: 5 de marzo, 2021].

nados acontecimientos sociales, con la que se podría recuperar el contexto del lugar en el que se publica la información y, fundamentalmente, el aporte del periodista.

Solo 10.8 % de los artículos hizo referencia a la entrevista radial que originó el relato de los supuestos acontecimientos. El estudio realizado permite afirmar que, 65 años más tarde, no solo continúa vigente la metáfora denominada por Breed como *efecto arteria*, ya que existe una relación de liderazgo entre los medios a la hora de crear y publicar información, sino que esta se ha profundizado en el periodismo *online* ante las condiciones de producción de las noticias, en el contexto de convergencia tecnológica y de modificaciones en el ecosistema de los medios. Sobre todo, esto se demuestra a partir de la irrupción de plataformas como Google, Twitter y Facebook, que contribuyen a una rápida viralización de la información, a un posicionamiento prioritario de los contenidos que son más leídos y, por ende, que inciden en la homogeneización del discurso, dada la posibilidad tecnológica de compartir publicaciones y retroalimentar el nivel de penetración de la agenda de los medios *online*, con lo cual ayudan a distribuir la noticia y favorecen el consumo “incidental” que amplía su propia audiencia.

Lo cierto es que para encontrar una respuesta a este problema no basta con la sola identificación de la homogeneidad en la prensa, sino que debemos revisar los aspectos estructurales que lo propician. En este sentido, podemos esbozar causas vinculadas a la concentración y desigualdad de recursos entre los medios, que generan limitaciones para el acceso a los acontecimientos noticiables. También deben considerarse las posibilidades laborales de los trabajadores, que, en condiciones de flexibilización y precariedad, responden a polivalencias de tareas y exigencias de tiempo en las que finalmente copiar y pegar contenido de otros medios se vuelve una alternativa válida.

Por último, debemos reparar en un aspecto del periodismo digital: que el internet no es garantía absoluta de democratización y diversidad informativa, pues, pese a la multiplicación de canales, si muchos medios cubren los mismos temas, citando las mismas fuentes y con los mismos encuadres, no hay pluralidad posible. En este sentido, resulta importante volver a valorar la información original, confiable y que es producto del trabajo de periodistas. En tiempos en los que la desinformación encuentra mecanismos cada vez más sofisticados, necesitamos un periodismo legitimado que asuma la importancia de su papel social y que contribuya a garantizar el derecho humano a la comunicación de todos y de todas.

## Referencias

- ABADAL, Ernest y CODINA, Lluís, “La diversidad cultural en Google y los motores de búsqueda: una aproximación conceptual”, *Profesional de la Información*, vol. 17, núm. 2, Ediciones Profesionales de la Información, Barcelona, España, 2008, pp. 191-198. Disponible en <<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2008.mar.09>>, doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2008.mar.09>, [fecha de consulta: 7 de marzo, 2021].
- ÁLVARO SÁNCHEZ, Sandra, “La esfera pública en la era de la hipermediación algorítmica: noticias falsas, desinformación y la mercantilización de la conducta”, *Hipertext.net. Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, núm. 17, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España, 2018, pp. 74-82. Disponible en <<https://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/340895>>, doi: <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i17.07>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].
- ARUGUETE, Natalia, *El poder de la agenda: política, medios y público*, Biblos, Buenos Aires, Argentina, 2015.
- ATWATER, Tony, “Consonance in Local Television News”, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 30, núm. 4, Broadcast Education Association, Londres, Reino Unido, 1986, pp. 467-472. Disponible en <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838158609386638>>, doi: <https://doi.org/10.1080/08838158609386638>, [fecha de consulta: 1 de septiembre, 2020].



- ATWATER, Tony, "Product Differentiation in Local TV News", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, núm. 61, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1984, pp. 757-762. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769908406100402>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769908406100402>, [fecha de consulta: 1 de septiembre, 2020].
- BARABÁSI, Albert y ALBERT, Réka, "Emergence of Scaling in Random Networks", *Science*, vol. 286, núm. 5439, American Association for the Advancement of Science, Washington D. C., EE. UU., 1999, pp. 509-512.
- BECERRA, Martín, "De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso", *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 5, núm. 8, Universidad del País Vasco, Vizcaya, España, 2000. Disponible en <<https://ojs.ehu.es/index.php/Zer/article/view/17418>>, [fecha de consulta: 1 de septiembre, 2020].
- BECERRA, Martín, "El continente del periodismo en descomposición", en SIETECASE, Reynaldo (comp.), *Periodismo: instrucciones de uso. Ensayos sobre una profesión en crisis*, Prometeo, Buenos Aires, Argentina, 2020, pp. 49-65.
- BECERRA, Martín, "Grieta y desconfianza: cae 6 % en un año la credibilidad de las noticias", *Letra P*, Buenos Aires, Argentina, 16 de junio, 2020. Disponible en <<https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-6-16-11-12-0-grieta-y-des-confianza-cae-6-en-un-ano-la-credibilidad-en-las-noticias>>, [fecha de consulta: 5 de marzo, 2021].
- BECERRA, Martín, "Transformaciones, cambios en el ecosistema y nuevos actores en la era de la digitalización de los flujos de información y comunicación", en MOCIULSKY, Mariela et al., *La vida digital de los medios y la comunicación: ensayos sobre las audiencias, el contenido y los negocios en internet*, Granica, Buenos Aires, Argentina, 2018, pp. 21-22.
- BREED, Warred, "Newspaper 'Opinion Leaders' and Processes of Standardization", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 32, núm. 3, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1955, pp. 277-328. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769905503200302>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769905503200302>, [fecha de consulta: 10 de mayo, 2020].
- BOCZKOWSKI, Pablo, *News at Work. Imitation in an Age of Information Abundance*, The University of Chicago Press, Chicago, EE. UU., 2010.
- BOCZKOWSKI, Pablo y SANTOS, Martin de, "When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers", *Political Communication*, vol. 24, núm. 2, Taylor and Francis, Londres, Reino Unido, 2007, pp. 167-180. Disponible en <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600701313025?journalCode=ucpcp20>>, doi: <https://doi.org/10.1080/10584600701313025>, [fecha de consulta: 7 de agosto, 2020].
- CASERMEIRO DE PERESON, Alicia, *Los medios y las elecciones. La agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*, Educa, Buenos Aires, Argentina, 2003. Disponible en <<https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7908>>, [fecha de consulta: 18 de agosto, 2020].
- Clarín, "Por el coronavirus, Alberto Fernández avaló la prisión domiciliaria para presos comunes", *Clarín*, Buenos Aires, Argentina, 27 de abril, 2020. Disponible en <[https://www.clarin.com/politica/coronavirus-alberto-fernandez-avaloprision-domiciliaria-presos-comunes\\_0\\_qxh2hHM7n.html?fbclid=IwAR16IEJn7W00uyrg\\_lzDmrpo4HA72pmdBBTUQO-L7fHZkQyg7BBqpHox0](https://www.clarin.com/politica/coronavirus-alberto-fernandez-avaloprision-domiciliaria-presos-comunes_0_qxh2hHM7n.html?fbclid=IwAR16IEJn7W00uyrg_lzDmrpo4HA72pmdBBTUQO-L7fHZkQyg7BBqpHox0)>, [fecha de consulta: 27 de abril, 2020].
- DANIELIAN, Lucig y REESE, Stephen, "A Closer Look at Intermedia Influences on Agenda Setting: The Cocaine Issue of 1986", en SHOEMAKER, Pamela (ed.), *Communication Campaigns About Drugs: Government, Media and the Public*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, Nueva Jersey, EE. UU., 1989, pp. 47-66.
- Decreto 297/2020, Aislamiento social preventivo y obligatorio, Argentina.gov.ar, Buenos Aires, Argentina, 12 de marzo, 2020. Disponible en <<https://www.argentina.gov.ar/noticias/el-gobierno-nacional-decreto-el-aislamiento-social-preventivo-y-obligatorio>>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].
- DONOHUE, Thomas y GLASSER, Theodore, "Homogeneity in Coverage of Connecticut Newspapers", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 55, núm. 3, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1978, pp. 592-595. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769907805500328>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769907805500328>, [fecha de consulta: 7 de agosto, 2020].
- EILDERS, Christiane, "The Impact of Editorial Content on the Political Agenda in Germany: Theoretical Assumptions and Open Questions Regarding a Neglected Subject in Mass Communication Research", *Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung Discussion Papers*, núm. 3, Berlín, Alemania, 1997, pp. 97-102.
- ESPADÁ, Agustín, "Medios en cuarentena", *Letra P*, Buenos Aires, Argentina, 24 de marzo, 2020. Disponible en <<https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-3-24-14-50-0-medios-en-cuarentena>>, [fecha de consulta: 5 de marzo, 2021].
- KOZINER, Nadia, "La cuarentena, los medios y la libertad", *Letra P*, Buenos Aires, Argentina, 2 de junio, 2020. Disponible en <<https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-6-2-17-15-0-la-cuarentena-los-medios-y-la-libertad>>, [fecha de consulta: 5 de marzo, 2021].
- KRIPPENDORF, Klaus, *Método de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Paidós, Barcelona, España, 1990.

- LEE, Jae, "The Effect of the Internet on Homogeneity of the Media Agenda: A Test of the Fragmentation Thesis", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, núm. 84, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 2007, pp. 745-760.
- MCCOMBS, Maxwell, "A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future", *Journalism Studies*, núm. 6, Taylor and Francis, Londres, Reino Unido, 2005, pp. 543-557.
- MCCOMBS, Maxwell, "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda Setting Research", *Journalism Quarterly*, vol. 69, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1992, pp. 813-824. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769909206900402>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769909206900402>, [fecha de consulta: 1 de abril, 2020].
- MCCOMBS, Maxwell y EVATT, Dixie, "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting", *Communication & Society*, vol. 8, núm. 1, Universidad de Navarra, Pamplona, España, 1995, pp. 7-32. Disponible en <<https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35616>>, [fecha de consulta: 20 de mayo, 2020].
- MCCOMBS, Maxwell, SHAW, Donald L. y WEAVER, David H., "New Directions in Agenda-Setting Theory and Research", *Mass Communication and Society*, vol. 17, núm. 6, Taylor and Francis, Londres, Reino Unido, 2014, pp. 781-802. Disponible en <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2014.964871>>, doi: <https://doi.org/10.1080/15205436.2014.964871>, [fecha de consulta: 20 de mayo, 2020].
- MERAZ, Sharon, "Using Time Series Analysis to Measure Intermedia Agenda-Setting Influence in Traditional Media and Political Blog Networks", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, núm. 88, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 2011, pp. 176-194.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, "Return to the Concept of Powerful Mass Media", *Studies of Broadcasting*, vol. 9, núm. 1, The Theoretical Research Center, Tokyo, Japón, 1973, pp. 67-112.
- RETEGUI, Lorena, "Métricas y cuantificación del rendimiento individual de los periodistas: un estudio en el interior de una sala de redacción", *Austral Comunicación*, vol. 9, núm. 1, Universidad Austral, Buenos Aires, Argentina, 2020, pp. 45-67. Disponible en <<https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/349>>, doi: <<https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901.ret>>, [fecha de consulta: 5 de septiembre, 2020].
- REY LENNON, Federico, *Argentina: elecciones 1997. Los diarios nacionales y la campaña electoral*, The Freedom Forum y Universidad Austral, Buenos Aires, Argentina, 1998.
- RIFFE, Daniel y SHAW, Eugene, "Conflict and Consonance: Coverage of Third World in Two u. s. Papers", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 59, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 1982, pp. 617-626. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769908205900414>>, doi: <https://doi.org/10.1177/107769908205900414>, [fecha de consulta: 1 de septiembre, 2020].
- ROST, Alejandro y GARCÍA, Viviana, "Del volcado del diario impreso a la lógica blog. Doce años de Clarín.com", en Juan Carlos Bergonzi (dir.), *Periodismo digital en la Argentina*, Publifadecs-Universidad Nacional de Comahue, General Roca, Argentina, 2008, pp. 65-97.
- SALAVERRÍA, Ramón, "Digital Journalism: 25 Years of Research. Review Article", *El Profesional de la Información*, núm. 1, vol. 28, Ediciones Profesionales de la Información, Barcelona, España, 2019, pp. 1-26. Disponible en <<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.ene.01>>, doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>, [fecha de consulta: 5 de septiembre, 2020].
- SUENZO, Facundo, BOCZKOWSKI, Pablo y MITCHELSTEIN, Eugenia, "La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica", *Cuadernos. info*, núm. 47, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, Chile, 2020, pp. 1-25.
- TAGLE, Francisco y CLARO, Cecilia, "Encuadres y uso de fuentes en la vigilancia mediática. Análisis de prensa argentina y chilena: casos José López y Caval", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 24, núm. 1, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, 2018, pp. 413-428. Disponible en <<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/59958>>, doi: <https://doi.org/10.5209/ESMP.59958>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].
- VARGO, Chris, y GUO, Lei, "Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online u. s. News", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 94, núm. 4, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Columbia, EE. UU., 2016, pp. 1031-1055. Disponible en <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1077699016679976>>, doi: <https://doi.org/10.1177/1077699016679976>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].
- WEAVER, David, "Political Issues and Voter Need for Orientation", en MCCOMBS, Maxwell (eds.), *Agenda Setting. Reading on Media, Public Opinion and Policymaking*, Lawrence Erlbaum, Nueva Jersey, EE. UU., 1991, pp. 131-140.
- ZUNINO, Esteban, "¿Quién define la agenda? Las fuentes de información en la prensa digital argentina", *Comunicación*

- y *Sociedad*, año 16, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 2019, pp. 1-23. Disponible en <<http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e7394>>, doi: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7394>, [fecha de consulta: 5 de septiembre, 2020].
- ZUNINO, Esteban, "Medios digitales y COVID-19: sobreinformación, polarización y desinformación", *Universitas*, núm. 34, Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, Quito, Ecuador, marzo-agosto, 2021, pp. 133-154. Disponible en <<https://universitas.ups.edu.ec/index.php/universitas/article/view/34.2021.06>>, doi: <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.06>, [fecha de consulta: 1 de marzo, 2021].
- ZUNINO, Esteban, ARCANGELETTI YACANTE, Carla Antonella, "La cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios *online* del país", *Prácticas del Oficio*, núm. 1, vol. 25, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Buenos Aires, Argentina, 2020, pp. 49-66.