

MEDIOS, INFORMACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE NOTICIAS POLÍTICAS

MARÍA ALANIZ

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN - UNC

marilyn114@hotmail.com

CONSIDERACIONES SOBRE EL ESPACIO MEDIÁTICO DE LA POLÍTICA

Se presentan en este punto algunas consideraciones sobre el 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; y ello ha sido objeto de atención de las investigaciones en el campo de la Comunicación Social.

Una primera distinción supone diferenciar comunicación de información. Se entiende la comunicación como una práctica social de producción y circulación de significados socialmente reconocidos, que permiten y facilitan la interacción humana bajo condiciones históricas concretas. Se puede afirmar junto a Torrico Villanueva (2004) que la comunicación como hecho social se desarrolla desde el momento en que lo hace la especie humana y es por ello constitutiva del hombre y de la socialidad, producto de la convivencia y coexistencia humana y a la vez, fundamento de ella.

Hay que advertir que en el marco del carácter estructural de lo comunicativo en la sociedad moderna, los estudios e investigaciones se han concentrado en las dimensiones masivas y tecnológicas de los procesos de comunicación. En este sentido, el mundo de los medios y de la información masiva parece ocupar un lugar preponderante y en la medida que avanza una mayor sinergia con las nuevas tecnologías, sus dominios parecen extenderse más. Pese a que varios autores definen de manera variada la centralidad de la relación medios-sociedad como *mediacentrismo* (Santagada, 2004), *culturas mediáticas* (Stevenson, 199), *mass-mediación* (Orozco Gómez, 1997) o *las mediologías* (Bougnoux, 1999), se comparte la premisa de que la comunicación excede el ámbito de lo mediático y que en todo caso, antecede y engloba a la información. Por ejemplo, Daniel Bougnoux plantea que no resulta fácil determinar los dominios de la comunicación y la información, pero que existe una primacía de la primera en tanto “la información vale y se mide en el campo del conocimiento y la comunicación en el de la acción y la organización, por lo cual la segunda condiciona y es anterior a la primera” (Bougnoux, 1999: 79).

Pero como se ha mencionado, se requiere precisar algunas coordenadas históricas para situar el momento de mayor despliegue de los medios y la información. A mediados de la década del 80 cobran protagonismo nuevos espacios donde se expone la opinión del ciudadano, la voz del funcionario o la propuesta del candidato, así como se mantiene un lugar para el entretenimiento, la información y los asuntos más triviales y superficiales que se pueda uno imaginar. Los medios masivos y en especial la televisión se transforman en los exponentes de la totalidad de esos escenarios y configura una audaz modalidad para lo que quiere decir, escribir o mostrar públicamente, desplazando los espacios tradicionales de interacción ciudadana (Fernández, Frávega, y Polizuk, 1999). El contexto de retorno democrático y el resurgimiento de las actividades propias de los partidos políticos le otorgan a los medios un espacio propicio para desarrollarse como articuladores entre política y sociedad, y entre medios y política. Así comienza “una estrecha relación que permite comprender nuevas prácticas sociales, interlocutores y organizaciones que dirimen en el espacio político” (Fernández Frávega y Polizuk, 1999: 79).

En la década del noventa, los partidos políticos y los organismos gubernamentales se hacen eco de los cambios y aprenden las reglas de juego de los medios y éstos, las de la política. De allí en adelante, los medios pasan a ocupar lugares que antes eran exclusivos del sistema político (vaya de ejemplo el Parlamento, que deja de ser el sitio privilegiado de debate político y en su lugar asciende el valor de la imagen de un panel televisivo). La información política queda capturada en el marco mediático; la lógica de un medio encuadra -en cierto forma- a las formas de hacer política; así por ejemplo, la elección de un funcionario que aspira a cargos de gobierno depende de la mayor o menor adhesión popular, medida por la valoración diaria del impacto político en las encuestas o en el análisis de la imagen del candidato, en desmedro del conocimiento que se de las capacidades del aspirante, sus propuestas o trayectoria pública.

En el marco de los cambios en las relaciones entre medios y política, cabe destacar las referidas al paradigma político latinoamericano, que según María de los Ángeles Corredor “era tan poderoso que condicionaba a los medios de comunicación imponiéndole sus ritmos y muchas de sus reglas de juego en una centralidad política de la comunicación” (2005: 50). En efecto, entre los ochenta y los noventa la relación entre medios y política se transforma; importa más comunicar, decir, exhibir, y las formas, lenguajes e imagen a implementar, que el contenido del mensaje político. Por lo tanto, se entiende que las prácticas políticas del tipo debates televisivos, las comunicaciones que los funcionarios hacen públicamente por cualquier medio, la propaganda oficial y la de todos los partidos “cumplen el papel de constituirse en el medio más eficaz y rápido que proporciona comprensión y análisis de la información política en los hogares” (Álvarez, 1995: 87).

Si bien la comunicación es un aspecto constitutivo y condición necesaria para el desarrollo de libertades democráticas y de la democracia como forma reconocida de gobierno, no necesariamente favorecen su desarrollo y consolidación. Ello se ve reforzado por la creciente concentración de propiedad con grupos multimediáticos que ensanchan sus fronteras de negocios más allá del mundo de la información, transformando el acceso y el control de las mismas consideradas un “bien público”. Los medios se han constituido “como recursos potenciales de poder y en tanto tales pueden ser utilizados o no democráticamente, lo cual propicia o no, la democracia en sociedad” (Sánchez Ruiz, 2005: 13).

Si a ello se le suman modificaciones fundamentales tales como el hecho de que se considera a la información “materia prima” para actuar sobre la “realidad”, la capacidad de penetración de las nuevas tecnologías y su flexibilidad, el potencial para reconfigurarse constantemente y, una convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado, dichos cambios extienden sus efectos a todos los ámbitos sociales y han de ser comprendidos y analizados bajo éstas líneas. Así por ejemplo, Sánchez Ruiz considera que “los medios se sitúan en una perspectiva histórico-estructural, como instituciones sociales y actores sociopolíticos que operan en el flujo socio histórico a partir de acciones individuales y de grupos, pero articuladas en una densa trama con las estructuras de la sociedad: la economía, la política, la cultura y la estructura social” (2005: 14). Los grupos concentrados del capital participan cada vez más con acciones y directivas en los medios; y es bajo ésta interacción de negocios privados y periodismo que se construyen significaciones y consensos. Sin duda la información y el conocimiento siempre han sido cruciales para el crecimiento económico y la evolución de la tecnología ha determinado en buena medida la capacidad productiva, los niveles de vida y las formas sociales de la organización económica. Lo que ocurre es que el salto cualitativo en la concentración y la competencia económica-tecnológica, ha llevado a potenciar esfuerzos por regionalizar y globalizar la producción-emisión de mensajes.

A su manera, los medios vehiculizan un discurso de la globalidad, capaz de servir a los intereses financieros y políticos, pero también capaz de subyugar al resto de la aldea global, utilizando los recursos tecnológicos para llegar con muchísima información, a mayor cantidad de personas y con una velocidad asombrosa. Vaya como ejemplo, sugieren Herman y McChesney (1999), la concentración de medios en América Latina, que parte de empresas asentadas en estructuras familiares (como los caso de *Televisa* en México, *Cisneros* en Venezuela, *Globo* en Brasil, y más tarde *Clarín* en Argentina), que se articulan a partir de la internacionalización de los mercados audiovisuales y del recambio generacional acaecido en los principales grupos de comunicación, lo cual modifica sus actividades comerciales mundiales, multiplicando las posibilidades de distribución.

En suma, los medios han acrecentado su rol de intermediarios entre funcionarios de gobierno y la sociedad, encauzando la disconformidad, sensibilizando frente a temas determinados o soslayando otros. A pesar de su ubicación en el centro de la vida política y social, los medios no determinan de modo inexorable la vida política. Contribuyen en todo caso a las formas y estilos que toma la vida política, a la manera que se organiza, pero no definen su contenido.

Para finalizar y antes de ingresar en el terreno de las perspectivas que dan cuenta del rol de los medios en la construcción cotidiana de la información política, cabe reafirmar que más allá de las representaciones mediáticas existe un mundo material que es constantemente *estructurado para el significado* (Ferguson, 2007), es decir que a pesar de significarse vía los medios, la realidad no se disuelve en la representación mediática. Ello sugiere pensar que los medios de comunicación marcan profundamente los procesos de comunicación política creando un espacio privilegiado para la acción política, como correlato de la pérdida de influencia de los partidos políticos y que por ende, el campo mediático es utilizado como escenario de competencia y confrontación política de un modo cada vez mayor. Siguiendo el análisis de Herman y Mc Chesney (1999), 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.

LOS ESTUDIOS SOBRE CONSTRUCCIÓN DE NOTICIAS

Los estudios sobre la construcción de la noticia 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. El estudio de los medios masivos y la construcción de mensajes periodísticos tienen vigencia en el campo de la comunicación. Como lo señala Cesar Arrueta (2010) se trata de comprender cómo y porqué ciertos acontecimientos son transformados en noticias

y cuál es el grado de conexión que tiene con los variados niveles de interés público que fluctúan en la construcción de la realidad social. Se puede afirmar que el enfoque dado desde la construcción de agenda o el temario explica el modo de procesar la noticia, comprendiendo que la misma es el resultado de un complejo entramado de realidad, narración periodística y públicos. Un esquemas de abordaje para el estudio de procesos de producción de noticias que permite, por un lado, establecer la configuración histórica de los medios masivos de comunicación y su ubicuidad en el escenario social, político, económico en su territorio de pertenencia, y por el otro, entender de qué forma las rutinas de producción periodística están determinadas por las decisiones editoriales-empresariales y el contexto social, político y económico. Resta ahora, situar algunas variables de trabajo para el abordaje de los procesos de producción periodística, para lo cual se describen a continuación los denominados *criterios de noticiabilidad*.

El pasaje de acontecimiento a noticia es el resultado de un trabajo de producción cuyo primer paso consiste en la aplicación de lo que se conoce como *criterios de noticiabilidad* establecidos por el medio. Ellos tienen su base en la cultura social y se relacionan con los sistemas clasificatorios y las agendas temáticas habituales del medio, se encuadran en la política editorial definida y remiten a una concepción determinada de la práctica profesional.

En este sentido, la argentina Stella Martini (2000) define los criterios de noticiabilidad como aquel conjunto de condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos, en los cuales operan las relaciones entre el medio, los periodistas y la opinión pública. Para la elaboración de estos criterios, los medios evalúan el valor de la noticia como *información práctica*, es decir la concepción de la noticia como un servicio público que construye los datos que necesita la sociedad en su vida cotidiana; como *impacto emocional*, que grado de empatía hay entre la construcción periodística y la gente y por último, como *opinión pública* sobre la relación de los medios con los asuntos políticos sociales. Distingue para ello a la noticia como el acto de divulgar un suceso, “un proceso de construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento” (Martini, 2000: 33). Un hecho se vuelve noticia por el efecto y su función social, es decir por las marcas que deja en los comentarios, conversaciones, en el debate social o en la

producción de otros hechos. También, por el valor de la información sobre la vida de los individuos. Por ejemplo, un hecho calificado como relevante por su gravitación en la vida nacional, posiblemente será tapa de los diarios, tenga varias páginas, se desagregue en notas centrales y recuadros y se retome en la sección de opinión y columnas editoriales. La clasificación que realiza Martini da cuenta de los procesos de definición, producción y consumo de la noticia, con un abordaje sociocultural del fenómeno de construcción noticiosa. Para la autora, el valor noticia se efectúa teniendo en cuenta las siguientes características:

La novedad; vale decir, del hecho que marca la ruptura en una serie de acontecimientos y lo vuelve lo nuevo. La ruptura está significada por acontecimientos que despiertan demandas, reclamos o inconvenientes en la vida social.

La originalidad e imprevisibilidad, que refuerzan la novedad y apelan a la curiosidad que despiertan en el público o a la inquietud que provoca.

La *evolución futura de los acontecimientos* marca la significatividad, la trascendencia que el acontecimiento adquiere respecto a las expectativas de la sociedad. Y ello se corresponde con la visibilidad secuencial del acontecimiento noticiable.

El *grado de importancia y de gravedad* se mide en términos presentes o futuros, en términos relativos de conmoción y hace alusión a la incidencia sobre la vida de la sociedad. Tal afectación tiene que ver con el número de personas involucradas, el impacto en la comunidad y las consecuencias negativas en la vida cotidiana.

La *proximidad geográfica* se refiere a las conexiones que la noticia tiene con los centros de interés del público.

La *magnitud,* se establece por la cantidad de personas afectadas o lugares implicados, que a su vez la relacionan con el *grado de involucramiento del público* a quien se dirige la noticia.

La *jerarquía de los personajes,* se refiere a las apariciones o presencia pública de personajes conocidos que son siempre noticia; al valor atribuido a los actos y/o actores de gobierno y sus declaraciones o acciones. Aunque también adquieren valor de noticia, los hechos protagonizados por personas comunes que comprometen a grupos cercanos al interés o simpatía del público.

Por último, la *inclusión de desplazamientos* resulta significativa, tanto si son conjuntos de personas (una manifestación por ejemplo) o individuos públicos reconocidos (viaje de un presidente). Se trata de movimientos de personas o grupos, cambios de lugar o posición que traen efectos diversos sobre la sociedad.

Martini presenta consideraciones sobre criterios de noticiabilidad en los medios colocando el acento en las relaciones entre los criterios, las formas de construcción de realidad y el comportamiento social-político del medio. Nexos que permiten reflexionar sobre los valores que rodean la tarea informativa, en escenarios de vida democrática. De allí, y en coincidencia con el planteo de que “el rol de los medios masivos constituyen el hecho comunicacional más original y determinante en las sociedades que, en lo sucesivo se definen en mayoría por la democracia” (Maigret, 2005:18) se inserta la presente reflexión sobre la dimensión y el alcance que toman ciertas noticias políticas y la presentación que hacen de ellas los medios gráficos venezolanos durante el período 2005-2006, sellado por la confrontación simbólica y política entre el gobierno de Hugo Chávez y su par norteamericano, George Bush (h), por un lado; y la necesidad de difundir tópicos centrales del proyecto venezolano, tales como la integración latinoamericana, el ALBA y el socialismo del siglo XXI en un momento clave para la construcción de una agenda antineoliberal. Dicha tarea de exploración procura dar cuenta de que más allá de los textos periodísticos en su sentido literal, se entrecruzan con el discurso histórico, que lleva consigo diversas memorias, actualizadas como acontecimientos noticiosos por la intervención de la narrativa periodística.

El caso venezolano reviste especial atención porque allí coexisten dos grupos enfrentados, cada uno construyendo su épica en el espacio del conflicto y de la lucha por el poder; resignificando los símbolos nacionales en interpretaciones rivales; cada grupo definiendo lo nacional bajo conceptos antagónicos de soberanía, transformando el espacio público en guerra de símbolos. Este proceso lleva consigo una estrategia de reformulación del sistema de medios en el país, donde el servicio público tiene la particularidad de proyectarse a partir de las experiencias comunitarias, en un complejo contexto de convivencia con los medios masivos privados que monopolizan el campo de la información desde hace décadas y se resisten a las nuevas políticas regulatorias. En efecto, Venezuela ingresa la década del noventa de la mano de políticas liberales, y con una legislación en

comunicaciones obsoleta, que se remonta a los años cuarenta y con un sistema de comunicación “cerceada” al decir de Pasquali (1990) quien advierte el deterioro del sistema público de correos, telecomunicaciones y de industrias culturales básicas.

El sistema de medios consolidado en Venezuela es de carácter comercial, privado, con fines de lucro y orientación política de derecha, según lo apunta Guerrero (2007) estructurados en pocos monopolios y redes de emisoras de radio, televisión, diarios y revistas. Es el sistema de medios dominante ya que hasta el año 2007, ocupa el 78% del espacio radioeléctrico. El 22% restante se divide en un mapa de medios públicos en dos sistemas diferentes, el estatal-gubernamental y el comunitario alternativo, definidos en su carácter público como contrapuestos al fin comercial de los medios privados. El conjunto de medios nace al calor de la economía petrolera, y a la sazón de ésta, crece como una industria con leyes regulatorias, sin autonomía económica ni política y reproduciendo los criterios y valores de los Estados Unidos.

Como dato relevante cabe mencionar que en la historia de medios venezolanos, casi todos, salvo en momentos excepcionales hasta 1958, se modelaron funcionaron y desarrollaron como medios en y de regímenes dictatoriales, en ambientes culturales opresivos y como se ha manifestado, copiando programaciones y líneas culturales foráneos fundamentalmente de raigambre norteamericana. Esa matriz de nacimiento ha signado la conducta de sus dueños y contenidos hasta entrado el nuevo siglo. Según el estudio realizado por Eleazar Rangel (2007), durante el siglo XX y hasta los registros de 2006, aparecieron en el país un total de 388 diarios y publicaciones periódicas, con un peso y relevancia nacional que permitieron que muchos de ellos orientaran ideológicamente la opinión de las clases media y obrera.

Tal escenario configura el punto de partida para una política de cambios desde los primeros años del gobierno de Chávez, que son reforzados tras los golpes de 2002 y 2003 cuando son los medios dominantes quienes protagonizan el intento de derrocar al gobierno. A partir de allí recrudece el enfrentamiento entre medios y gobierno, entre lo privado y el poder del Estado, partida donde el presidente toma activa militancia en un contexto de movilización social. El protagonismo de los medios privados ocurre en un periodo de inestabilidad de los partidos venezolanos;

los medios capitalinos y de mayor antigüedad son quienes actúan a modo de cubrir el vacío de liderazgo dejado por COPEI y Acción Democrática, posicionándose como representantes de los sectores anti-chavistas, en un contexto de crisis de representación política de los antiguos partidos y de movilización social.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD

La ponencia procura reflejar cómo los criterios de noticiabilidad (Martini, 2000) de dos medios gráficos digitales venezolanos operan a la hora de estructurar noticias políticas durante un período sellado por la confrontación discursiva entre el gobierno de Hugo Chávez y su par norteamericano, George Bush (h), por un lado; y la necesidad de difundir tópicos centrales del proyecto venezolano, tales como la integración latinoamericana, el ALBA y el socialismo del siglo XXI en un momento clave para la construcción de una agenda antineoliberal. El análisis de un corpus de noticias se circunscribe a los contextos de realización de la Cumbre de las Américas en noviembre de 2005 y la XXX Cumbre del Mercosur en julio de 2006, ambas realizadas en Argentina.

A los fines de relevar y analizar el tratamiento noticioso, se han tomado dos diarios caraqueños, cuyas noticias han sido seleccionadas de la versión digital, en el contexto de realización de la Cumbre de las Américas llevada a cabo en la ciudad de Mar del Plata en noviembre de 2005 y la XXX Cumbre del MERCOSUR, en Córdoba en julio de 2006).

Uno de ellos, *El Universal*, es un diario centenario, creado en abril de 1909 y de amplia cobertura con los sucesos nacionales. Es un periódico de circulación matutina y uno de los de mayor tirada del país, con un posicionamiento cercano a la centroderecha y en oposición al gobierno.

Aporrea.org es un Sitio Web de divulgación de noticias y opinión socio-política y cultural, identificado con el gobierno venezolano, un medio de expresión, información, debate y difusión de contenidos de interés colectivo, principalmente políticos, sociales, económicos y de promoción cultural. *Aporrea* nace en mayo de 2002 como sitio web de la Asamblea Popular Revolucionaria, espacio de articulación popular establecido el 10 de abril de 2002.

Por otra parte, las fechas escogidas se relacionan con dos acontecimientos significativos para la vida institucional y política de Venezuela y de América Latina: la realización en 2005 de la Cumbre donde participan países de América Central y el Caribe, México, América del Sur e incluye la presencia de un presidente norteamericano. Y en 2006 la reunión emprendida en Córdoba donde asisten los países sudamericanos y la delegación cubana, constituyendo ambos eventos un importante punto de inflexión con respecto al posicionamiento latinoamericano y en particular de Venezuela, frente a los Estados Unidos y el ALCA.

Se ha mencionado que en la actualidad la constante fusión de economías, empresas, tecnologías y medios de comunicación en América Latina es el rasgo dominante de la llamada corporación mediática. Se ha expresado también que como parte de la defensa de los derechos individuales y colectivos a una comunicación veraz, oportuna, objetiva y suficiente, se muestran las experiencias de la comunicación alternativa digital, que aspira a contrarrestar la convergencia de trivialidad y sobrecarga informativa que hay en los grandes medios. En ese sentido, surgen las voces y experiencias de mediación en Venezuela, junto a los análisis de los primeros estudios que se llevan a cabo sobre la relación entre medios y política y las formas de construcción de la noticia política en torno al gobierno de Chávez. Las declaraciones políticas gubernamentales sobre las perspectivas del país, la región o la resignificación de ideas tales como el socialismo, la revolución o la integración latinoamericana, cobran notoriedad en el espacio de lo público, espacio donde las principales reglas se encuadran en clave mediática, buscando una cuota de legitimidad y visibilidad. De allí la importancia que toman en la política venezolana los modos de construcción de la noticia y el peso que adquieren a la hora de estructurar la imagen de mundo, los sentidos de pertenencia a los proyectos, las articulaciones posibles que hacen los sujetos sociales y la formación de nuevas opciones y creencias.

Algunas conclusiones tras la revisión de sesenta y cinco informaciones aparecidas en los diarios mencionados alrededor de dos eventos políticos de la región (Cumbre de las Américas en noviembre de 2005 y Cumbre del MERCOSUR en julio de 2006) dan cuenta del rol de la prensa gráfica (en nuestro caso *El Universal* y *aporrea.org*) en la producción de noticias políticas. En ese sentido, cabe destacar que las notas relacionadas con la difusión del socialismo del siglo XXI y la propuesta de

integración que formula Hugo Chávez durante el bienio 2005-2006, acentúan la dimensión económica de las mismas, en especial de la integración, resaltando sus conflictos aunque también la voluntad histórica de unidad latinoamericana en contraposición al proyecto ALCA. Los ejes secundarios de las noticias presentan el futuro de la región como una etapa de interdependencia económica y política constitutiva del proyecto de integración, donde el compromiso explícito del presidente Chávez realizado a través de las declaraciones en medios y en el contexto de realización de ambas reuniones regionales refuerzan la credibilidad de su propio proyecto que ya fuera anunciado al inicio del 2005 en varias alocuciones dadas en su país. Asimismo el hecho de hacer públicas tales manifestaciones contribuye a dar mayor notoriedad a las proyecciones que Chávez guarda respecto a sus estrategias de ganar escalones en los liderazgos de la región.

El tratamiento informativo dado a temas y conceptos del campo de la política, tales como socialismo e integración, neoliberalismo y ALCA, ALBA y MERCOSUR, observa que ellos ocupan el centro de la escena mediática durante los días previos a la realización de las Cumbres, a la vez que son un punto de referencia para la casi totalidad de los mandatarios asistentes quienes han de manifestar sus posiciones en torno a ellas, las cuales refrendan los documentos finales y los actos aledaños que ocurren como por ejemplo las respectivas Cumbres de los Pueblos de Mar del Plata y Córdoba. En el caso del diario *El Universal*, se aprecia tras la lectura de algunos títulos, la forma de redacción, las fuentes utilizadas, que prevalece la mirada política sobre la perspectiva de integración como herramienta de consolidación del espacio regional frente a los Estados Unidos y un menor tratamiento a las noticias sobre la divulgación del socialismo del nuevo siglo. En *aporrea.org*, en tanto se observa similar modalidad, la diferencia radica en los modos y fuentes que se toman para reafirmar la importancia del momento que se vive y el apoyo a los ideales de reconstruir un espíritu integrador contrario a la visión económica motorizada por la amenaza del ALCA. En ambos hay constantes referencias al MERCOSUR como bloque comercial de integración en contraposición del ALCA y en menor medida, se hacen alusiones y ofrecen explicaciones sobre el carácter del ALBA.

No obstante, hay que destacar que el tratamiento noticioso de ambos periódicos enfoca de manera continua y sistemática la integración sudamericana –en su versión mercosureña– sin dejar de mencionar las asimetrías regionales y los problemas heredados de la etapa anterior. Aquí lo económico, es decir, los conflictos del pasado, los dilemas de la macroeconomía, las divergencias por los llamados “roces internos” en torno a los recursos energéticos, y los aspectos positivos, como las referencias al creciente intercambio comercial en la región, la relativa estabilización monetaria y las posibilidades de ampliación del mercado regional, parecen encontrar un punto de equilibrio ante el hecho más notorio del 2005, cual es la negativa de hacer de Latinoamérica un área de libre comercio en beneficio exclusivo de los Estados Unidos; y en 2006, la confirmación del MERCOSUR como bloque político en un contexto renovado. La aceleración de los flujos económicos no es el único objetivo de la integración. Se trata además, de consolidar las democracias con una irada social y dar soluciones que posibiliten a los gobiernos de la “nueva ola sudamericana” consagrarse a la tarea de asegurar el bienestar y el desarrollo de los pueblos, consolidando el proceso democrático latinoamericano.

También es notorio que las noticias de ambos diarios presentan el juego de posiciones fluctuantes frente a la presencia de Bush en Argentina en 2005 y cierta incertidumbre ante el crecimiento como figura líder de Chávez al calor de la “muerte” del ALCA y el modelo bolivariano que buscará su segundo mandato en 2007. Ciertamente es que estos temas guardan predominio respecto a la tematización sobre la reconstrucción del nuevo socialismo, que es más bien presentado como contenido de las declaraciones en el marco de los actos que el presidente Chávez realiza en Mar del Plata en el cierre de la Cumbre de los Pueblos en noviembre de 2005, en el acto que realiza con Fidel Castro en julio de 2006, y en notas específicas que focalizan sobre el tema de la propiedad privada, las claves de la economía, las relaciones entre gobierno, instituciones y modelo de socialismo y la autonomía del proyecto venezolano con respecto al modelo cubano.

Los diarios seleccionados ofrecen una narrativa anclada mayoritariamente en el tratamiento de la integración latinoamericana; ésta puede adoptar una perspectiva que puede asimilar historia y herencia cultural común, recordar la utopía, recuperar el mandato intelectual de los libertadores del siglo XIX o apelar al

accionar social. La tarea de los presidentes de la nueva América, lo que Tariq Alí denomina “el eje de la esperanza” será entonces, ir más allá de las declaraciones, encuentros y documentos. En ese sentido, las formas de elaboración que adopta el relato periodístico, parecen invitar a los ciudadanos a concurrir al reencuentro histórico.

Es una etapa de pensamiento progresista, que se expresa en festejo, expectativas, solidaridad. Así por ejemplo, se vive el día de cierre de la II Cumbre de los Pueblos, el momento en que se da por muerto el ALCA, la reunión conjunta de Fidel Castro y Hugo Chávez ante los cordobeses y la visita de ambos a la casa de Che Guevara. Jornadas que los diarios subrayan como de particular alegría, compartida con algunos de los mandatarios presentes que protagonizan actos populares.

¿Cómo transformar los deseos en realidad? La Cumbre de las Américas y la del MERCOSUR configuran escenarios propicios para ello. Allí se pone en evidencia que la integración no está hecha de palabras e intenciones y se concreta en acciones. Dar la espalda al ALCA, abrir el juego para el ALBA, ampliar y fortalecer el bloque con la entrada de Venezuela, hablar sobre un nuevo socialismo, todos son claves propósitos para la constitución de un programa acorde a los gobiernos y el contexto de la época. Sin embargo, la sintonía en el pensamiento acerca de estos temas, no puede esconder las discusiones por lo bajo; las divergencias posicionan de un lado a Brasil, Argentina, y Venezuela, de las posturas de Uruguay y Bolivia. En una posición intermedia queda Chile.

Los acontecimientos políticos se presentan como el corolario de una etapa de negociaciones y recuperación de confianza mutua, favorecidos por un entorno pos-neoliberal en la región, donde los gobiernos asumen el compromiso de recuperar las relaciones macroeconómicas, los objetivos básicos para el MERCOSUR y afianzar legislaciones e instituciones de decisión conjunta. Las criterios periodísticos con los cuales se narran los momentos relevantes del proceso de debate regional de alternativas al ALCA y construcción de mayor integración, donde asoman lineamientos sugeridos por el presidente Chávez sobre el ALBA y el socialismo del siglo XXI exponen los hechos como eventos cercanos al lector (criterio geográfico); apelando a la voluntad individual y social después de años de vacilaciones (criterio significatividad); enrolados en el sueño y el sentir latinoamericano de la unidad, heredera de una utopía que cruza el continente (significatividad), sostenidos por la

acción y la palabra de dirigentes dispuestos a dar una vuelta de página en la economía regional y desafiar las dificultades económicas que se mantienen (los actores). En definitiva, los criterios agregan valor, un plus simbólico que redefine la agenda sobre política internacional e integración regional, reforzando la figura de la *sintonía ideológica y política* de los presidentes de estar frente a una *oportunidad histórica* de pertenecer a una comunidad regional que *sitúe su voz en el mundo global con autonomía y autoridad*.

Se puede afirmar que a lo largo del trabajo se ha caracterizado la difusión del socialismo del siglo XXI y perspectivas de la integración por parte del referente del proceso venezolano, en el marco de las Cumbres regionales de 2005 y 2006 que ponen el acento en el rechazo al ALCA, la ampliación del MERCOSUR y la necesidad de establecer mayores afinidades en un contexto político regional que tiene viento a favor. En ese trayecto de re-valorización del acuerdo regional, las ediciones digitales de *El Universal* y *aporrea.org* cumplen un rol mediador, al procesar los acontecimientos políticos reales para informar socialmente. En esa descripción de los fenómenos sociales surge la noticia, no como un espejo de la realidad (en nuestro caso la realidad política) sino como ayuda para constituir ese fenómeno en un acontecimiento social compartido. La noticia, de este modo, “define y redefine permanentemente fenómenos sociales” (Rodrigo Alsina, 1987: 185).

En la construcción de la noticia intervienen tres mundos que se relacionan entre sí: el real, el referencial y el posible. El primero es el espacio en el cual se produce el acontecimiento que usa el periodista para elaborar la noticia; el referencial, es aquel que puede encuadrar el mundo real, por ejemplo los datos se toman de otras fuentes para contextualizar. El mundo real es en cierto modo verificable. El referencial, debe ser verosímil, es decir que debe ser posible de creer. El mundo posible, corresponde a la esfera de lo narrativo, aquel texto que construye el periodista a partir de los otros mundos citados. En este mundo, “debe hacer parecer verdad el mundo posible que relata” (Rodrigo Alsina, 1987: 190). Esta es la operación que desde los diarios seleccionados se lleva adelante. La característica particular es que, por un lado, las noticias evalúan y valoran sin poner énfasis negativos el proceso de discusiones llevados a cabo en la Cumbre de las Américas y la del MERCOSUR, y en ese marco, las declaraciones del mandatario venezolano. Para finalizar, la significación social de los medios ha variado, ya que junto a su

capacidad de representar lo social y “construir” la noticia, persiste su función socializadora y de formación de las culturas políticas. Los medios han aumentado su rol de intermediarios entre las instituciones estatales y la gente, sensibilizan frente a ciertas situaciones, resaltan los puntos de vista de los diversos actores o las aristas conflictivas de la agenda de temas social. En este sentido, las formas de construcción periodística de las ediciones analizadas hacen visible las preocupaciones que persisten sobre la reconstrucción de la integración, donde al ya constituido MERCOSUR se le presenta la vía bolivariana del ALBA, matizadas por las singularidades de cada proceso político en particular, los objetivos de crecimiento y desarrollo económico, el respeto a la diversidad cultural y los derechos humanos y sociales, y una férrea oposición a los proyectos norteamericanos de establecer un mercado afín a sus intereses. La expansión del espacio regional latinoamericano encuentra en los medios gráficos digitales el vehículo por excelencia para construir un relato que ha de parecer verdadero.

Las conclusiones arribadas en el presente análisis sugieren pensar que el rol de los periódicos en democracia, y en este caso en Venezuela, continúa siendo central para la diseminación de las noticias acerca del movimiento integracionista en la región, la difusión de alternativas al pensamiento neoliberal y la formación de la opinión pública en torno al proceso de reconstrucción de “Otra América Latina”, en un contexto político y social que el presidente Hugo Chávez como punto de ruptura con las políticas de la década del noventa.

BIBLIOGRAFÍA

- ALI, TARIQ: *Piratas del caribe. El eje de la esperanza*, Buenos Aires, Luxemburg, 2007.
- ÁLVAREZ, ÁNGEL: “Crisis de los partidos y auge de los medios como agentes de legitimación y de socialización política”, en *Medios de comunicación y responsabilidad ciudadana*, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 1995.
- ARRUETA, CÉSAR; BRUNET, MARCELO Y GUZMÁN, JUAN (comps.): “Entender los medios, estudiar las noticias. Una propuesta epistemológica y metodológica para el estudio de procesos de producción informativa”, en *La comunicación como objeto de estudio. Teoría, metodología y experiencias en investigación*, San Salvador de Jujuy, Ediciones DASS, 2010.
- BOUGNOUX, DANIEL: *Introducción a las ciencias de la comunicación*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1999.
- CORREDOR, MARÍA DANIELA: “Otros lugares para pensar la política”, en *Metapolítica*, México, Centro de Estudios de Política Comparada, 2005.
- DE MORAES, DENIS: *La cruzada de los medios en América Latina*, Buenos Aires, Paidós, 2011.
- DÍAZ RANGEL, ELEAZAR: *La prensa venezolana en el siglo XX*, Caracas, Ediciones B, 2007.
- GUERRERO, MODESTO: *Medios y poder en Venezuela. Aporrea y la prensa comunitaria*, Buenos Aires, Eco Ediciones, 2008.
- HERMAN, EDWARD Y MCCHESENEY, ROBERT: *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Madrid, Cátedra, 1999.
- MARTINI, STELLA: *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Buenos Aires, Norma, 2000.
- MAIGRET, ERIC: *Sociología de la comunicación y de los medios*, Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 2005.
- OROZCO GÓMEZ, GUILLERMO: *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*, La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación, 1997.
- PASQUALI, ANTONIO: *La comunicación cercenada. El caso Venezuela*, Caracas, Monte Ávila, 1990.

RODRIGO ALSINA, MIGUEL: *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1993.

SANTAGADA, MIGUEL ÁNGEL: *Paternalismos huérfanos. Comunicación, democracia y globalización*, Buenos Aires, EUDEBA, 2004.

STEVENSON, NICK: *Culturas mediáticas. Teoría Social y comunicación masiva*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

THOMPSON, JOHN: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998.

TORRICO VILLANUEVA, ERICK: *Abordajes y periódicos de la teoría de la comunicación*, Buenos Aires, Norma, 2004.