

# UNA BATERÍA DE ANUNCIOS. ATRIBUTOS DE LAS CADENAS NACIONALES DE CRISTINA KIRCHNER EN LA COBERTURA ONLINE DE CLARÍN, LA NACIÓN Y PÁGINA/12 (2011-2015)

*Ezequiel A. Rivero*

*Recibido: 10/04/18 - Aceptado: 07/05/18*

## RESUMEN

Este trabajo analiza la cobertura que realizaron los portales *online* de los tres principales diarios de circulación nacional del país: *La Nación*, *Clarín* y *Página/12*, sobre las cadenas nacionales que protagonizó la expresidenta Cristina Fernández de Kirchner durante su segundo mandato (2011- 2015). En particular interesa reconocer los atributos que estas coberturas le asignaron a los distintos elementos presentes en las piezas periodísticas que integran el corpus de análisis: la actora principal, las políticas públicas tratadas y la integración de la cadena nacional como hecho informativo en sí mismo. El artículo sostiene que los medios elaboran una construcción narrativa a partir de la lógica discursiva del espectáculo, que se caracteriza por la personalización y descontextualización de los hechos, por lo que las coberturas tienden a recuperar rasgos salientes de la personalidad del expositor en detrimento de los aspectos más complejos de su argumentación política y el trasfondo institucional.

**Palabras clave:** *agenda setting*, noticias, cadena nacional, política, medios *online*

## ABSTRACT

A BATTERY OF ANNOUNCEMENTS. ATTRIBUTES OF CRISTINA KIRCHNER'S NATIONWIDE TELEVISED SPEECHES ON THE ONLINE COVERAGE BY CLARÍN, LA NACIÓN AND PÁGINA/12 (2011-2015) This article analyzes the online coverage made by the three main national newspapers in their digital version: *La Nación*, *Clarín* and *Página/12*, regarding the nationwide televised presidential speeches aired during the second term of former president Cristina Fernández de Kirchner (2011-2015). Particularly, it is important to recognize the attributes that the media coverage assigned to the different elements present in the online news articles: 1) the main speaker 2) the public policies involved and 3) the nationwide televised presidential speech, as a direct communication strategy to the citizens. The article argues that the media elaborate a narrative construction based on the discursive logic of the spectacle, characterized by personalization and decontextualization of facts. Therefore, the coverage tends to emphasize the speaker's personality traits instead of the more complex aspects related to political implications and institutional background.

**Keywords:** agenda setting, news, nationwide televised presidential speech, politics, online media

## INTRODUCCIÓN

Durante sus dos mandatos, la expresidenta de la Nación Cristina Fernández utilizó la cadena nacional como un mecanismo de comunicación directa con la ciudadanía, con la intención de sortear a los intermediarios tradicionales, mientras mantenía con algunos de ellos una confrontación pública. Este trabajo analiza la cobertura y los atributos de las cadenas nacionales protagonizadas por la exmandataria en su segundo periodo de gobierno (2011-2015) en las piezas noticiosas publicadas por los portales *online* de los principales diarios del país, reconociendo tres elementos principales: los actores, siendo la exmandataria la protagonista excluyente de estas intervenciones; las políticas tratadas, y finalmente, la integración de la cadena nacional como un hecho noticioso en sí mismo. Para esto

se realizó una selección aleatoria de 30 cadenas nacionales de ese periodo, y se tomó una pieza informativa de cobertura de cada medio analizado, por lo que el corpus se compone de 90 artículos en total.

En primer lugar, se contextualiza y ofrecen los antecedentes del caso en estudio, luego se presentan algunas referencias teóricas que orientan el análisis del trabajo; en un tercer momento se detalla el armado metodológico a partir del cual se analizaron las piezas informativas. Seguidamente se presentan algunos resultados y un análisis preliminar de los mismos. Por último, a modo de conclusión, el trabajo presenta algunas discusiones donde se abona la idea de que la construcción informativa a partir de la lógica discursiva del espectáculo, sumada al contexto de tensión existente entre el Gobierno y algunos medios durante ese periodo, dio lugar a coberturas que hicieron foco en la personalidad de la expresidenta más que en los temas y argumentos, y acabaron rodeando a la enunciativa de atributos negativos, limitando su capacidad para imponer su definición de los temas.

## ANTECEDENTES DEL CASO

Durante los cuatro años y medio que duró su gobierno, Néstor Kirchner (2003-2007) no concedió conferencias de prensa y ofreció contadas entrevistas a periodistas. Según analiza María O'Donnell (2008), al poco tiempo de acceder al poder el matrimonio presidencial vio en el periodismo una interferencia negativa en su comunicación con la ciudadanía, por lo que “montó una estrategia para llevar el mensaje del oficialismo a la opinión pública de la manera más directa posible, eludiendo –o restringiendo al mínimo– la intermediación de las preguntas” (2008: 40).

Durante su gestión, Néstor Kirchner mantuvo una relación fría y distante con algunos sectores de la prensa, pero en general las empresas de medios fueron beneficiadas por las políticas del gobierno para el sector. Sin embargo, en 2008, a pocos meses de iniciado su primer mandato, durante la llamada “crisis del campo”<sup>1</sup> –conflicto entre el Ejecutivo y las principales corporaciones agropecuarias, que se extendió durante más 100 días y devino en una crisis

político-institucional que golpeó fuertemente la imagen del gobierno-, la relación con los medios se convirtió en una preocupación para Fernández de Kirchner, quien rápidamente los convirtió en blanco de sus críticas –con el Grupo Clarín a la cabeza- y objeto de interés para la agenda de políticas públicas<sup>2</sup>.

En su búsqueda por hacerse escuchar, el gobierno sumó a los cambios regulatorios el fortalecimiento del sistema de medios públicos, que funcionaron con estricta lógica gubernamental y el sostenimiento de emprendimientos mediáticos privados de diferente tamaño y alcance, que sobrevivieron alimentados a través de la pauta oficial.

Insatisfecho con la cobertura obtenida en los medios masivos de mayor alcance, el gobierno acudió al uso intensivo de la cadena nacional para difundir su mensaje de manera directa a la población. El uso de esta herramienta se encuentra regulado por el artículo 75 de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), según el cual los poderes ejecutivos Nacional y provinciales pueden, en “situaciones graves, excepcionales o de trascendencia institucional” acudir a la integración de la cadena oficial de radio y televisión.

Entre 2011 y 2015 Cristina Fernández se comunicó por cadena nacional en, al menos, 111 ocasiones. A partir de 2008, cuando la utilizó en siete ocasiones, las apariciones se incrementaron año a año, hasta alcanzar en 2015 la cifra record de 45 cadenas en un año, en algunas ocasiones hasta tres en una misma semana. Las frecuentes apariciones de la Jefa de Estado en cadena de medios fue cuestionada por referentes opositores<sup>3</sup>, algunos académicos y varios medios de comunicación, que criticaban tanto la frecuencia y duración de las emisiones, como algunas de sus temáticas, que en ocasiones no se ajustaban a los criterios de uso que marcaba la ley.

El uso de esta herramienta era tan habitual que el abanico de temas tratados abarcaba cuestiones de todas las reparticiones de la Administración Pública. Desde hechos de alto impacto institucional como la muerte de Néstor Kirchner o el fiscal Alberto Nisman; fallos judiciales adversos en la puja que mantuvo el gobierno con los llamados “fondos buitres”; la estatización de las AFJP, Aerolíneas Argentinas e YPF<sup>4</sup>; anuncios de reformas institucionales; la inauguración de diversas obras públicas; hasta aniversarios y conmemoraciones oficiales, fueron motivo para integrar la cadena nacional de medios.

El formato de las cadenas fue variando a lo largo de los años: en ocasiones se trataba de discursos referidos a un único tema emitidos desde la Casa Rosada ante un público reducido de invitados; en otras ocasiones la presidenta establecía contacto remoto con distintas ciudades del país y dialogaba distendida con ciudadanos “comunes” que contaban sus experiencias o le agradecían por los beneficios recibidos por alguna política en particular. También se emitieron por cadena algunos actos masivos generalmente por la conmemoración de alguna fecha patria, donde la presidenta era la única oradora. Se recuerdan también cadenas realizadas con gran despliegue técnico, como fue el caso de los festejos por el Bicentenario en mayo de 2010 o el recibimiento de la Fragata Libertad, con un marco escenográfico imponente<sup>5</sup>. Los envíos se realizaban en vivo, aunque en muchas ocasiones fueron grabados y transmitidos en diferido, y habitualmente incluían el uso de recursos audiovisuales o presentaciones que acompañaban el mensaje presidencial. La franja horaria elegida era por lo general las últimas horas de la tarde, antes de los noticieros del horario central.

En una entrevista de 2017, concedida en el marco de su campaña a Senadora Nacional, la expresidenta realizó una autocrítica en relación al “tono” usado en las cadenas que protagonizó durante sus mandatos. “Lo que no voy a defender de las cadenas nacionales es el tono, no el uso para difundir la inauguración de obras y medidas trascendentales”. Más específicamente, analizó que “no advertí que por las formas iba a ser atacada y criticada, e invalidar lo que era importante. Ahí me di cuenta de que muchas veces las formas sirven como instrumento para invalidar políticas de fondo. Las formas se convirtieron en cuestiones estructurales. Eso lo debí haber advertido”<sup>6</sup>.

En este trabajo se analiza la cobertura de las cadenas nacionales protagonizadas por la expresidenta en los portales *online* de noticias de los principales diarios de circulación nacional del país. La cobertura periodística de las cadenas nacionales resulta una unidad de análisis de interés porque mediante este recurso la Jefa de Estado no solo buscó una vía alternativa de comunicación directa con la ciudadanía, para sortear lo que llamaba un “cerco mediático” que

a su criterio ocultaba o desinformaba sobre el rumbo de la gestión, sino que frecuentemente, incluyó en sus discursos críticas directas al trabajo de los medios de comunicación. Como elemento adicional, las cadenas nacionales, frecuentes y prolongadas, eran disruptivas de la planificación de las radios y televisoras que veían sus rutinas de programación y emisión publicitaria alteradas por un elemento probablemente visto como intrusivo. Se entiende que estas condiciones dejarían sus marcas en los textos periodísticos que reflejaron la cobertura. A la tarea de identificar y analizar esas marcas es que se aboca este trabajo.

## MARCO TEÓRICO

Aunque el rol y capacidad de influencia de los medios sobre la opinión pública varía según el tema, el tipo de medio y el contexto político, como regla general, puede pensarse que la variedad y complejidad de los temas referidos a la política le otorgan a las empresas de comunicación un rol importante como actores capaces de procesar y presentar esa vastedad de una forma digerible para audiencias no especializadas. McCombs y Evatt (1995) afirman, por ejemplo, que “cuanto más relevante es el material y más personas tienen incertidumbre sobre el asunto, mayor es la necesidad de orientación. Cuanto mayor es la necesidad de orientación, más probabilidad existe de que se vean influidos por los mensajes de los medios de difusión” (1995: 6).

Según Lippmann (1964), las personas necesitan interactuar con un mundo que es demasiado vasto, complejo y fugaz para el conocimiento directo. Para este teórico, no estamos preparados para tratar con tanta sutileza y variedad por lo que “tenemos que reconstruirlo sobre un molde más sencillo antes de poder manejarlo (1964: 21). En efecto, el autor supone que lo que cada persona hace se basa no tanto en el conocimiento directo, sino “en las imágenes hechas por él mismo o que le han sido dadas” (Lippmann, 1964: 27).

Uno de los recursos a los que acuden los medios para ofrecer mapas más sencillos del territorio político es su construcción a partir de la lógica discursiva del espectáculo, que se caracteriza

por “la personalización, la dramatización y la descontextualización/simplificación” (Edelman, 1991 en Aruguete, 2013). Por esta vía se focaliza en los actores antes que en sus acciones, lo que los aísla de los contextos institucionales que daría mayor sentido a sus intervenciones. Por el contrario, como marca Aruguete (2013), “un análisis contextualizado de los acontecimientos requeriría de explicaciones que hurguen en las causas de los asuntos” (2013: 211). Tal como sintetiza Bennett (2012):

Los dramas noticiosos enfatizan las crisis sobre las continuidades, el presente sobre el pasado y el futuro, poniendo a las personalidades en el centro de la escena. Minimizan la información política compleja, las actividades de las instituciones gubernamentales y las bases del poder detrás de los personajes principales (Bennett, 2012, en Aruguete 2013: 211)

Bajo el mismo precepto de la “personalización de la política”, García-Beaudoux *et al.*, (2005) analizan la construcción de la imagen del presidente Néstor Kirchner en la prensa gráfica argentina y concluyen que las imágenes personales de los líderes políticos funcionan como atajos mentales que permiten simplificar el razonamiento:

Ubicar al presidente en el centro de la escena ayuda a reducir el intrincado laberinto de las cuestiones públicas a proporciones manejables: cognitivamente, pensar en el presidente es más fácil que hacerlo en el gobierno o en instituciones aún más complejas. Sostenemos que decodificar la política, sus causas y sus consecuencias, encarnándola en personas es psicológicamente más simple que hacerlo utilizando entidades más abstractas (2005: 3-4).

La tendencia a la simplificación se ve alimentada tanto por la necesidad de los lectores de recibir mapas del mundo político más fáciles de recorrer, como por cuestiones referidas a las rutinas productivas de los propios periodistas. Los trabajadores de prensa deben convertir en “unidades de información” una gran cantidad de hechos provenientes de fuentes diversas en un corto periodo de tiempo, por lo que trabajar sobre los aspectos “personales”, es más sencillo que hacerlo sobre las “ideas” (García-Beaudoux *et al.*, 2005: 5). En

este sentido, las cadenas nacionales funcionan como una ocasión de proyección de la personalidad de líder carismático que aborda extensamente uno o varios temas de coyuntura, exponiendo datos y argumentos en el intento de explicar la complejidad de los asuntos públicos. Sin embargo, lo que los medios tienden a recuperar de estas intervenciones es mayormente los rasgos salientes de la personalidad del expositor, omitiendo o minimizando en parte su argumentación.

Distintos estudios empíricos realizados en contextos de campañas presidenciales sostienen estas definiciones. McCombs y Shaw (1972), al analizar la campaña presidencial de los Estados Unidos de 1968, encontraron que un número considerable de noticias no se dedicaban a la discusión de los asuntos políticos más importantes, sino al análisis de la campaña en sí (1972: 179). Ya a partir de las primeras investigaciones que iniciaron los estudios de la *Agenda Setting* pudo advertirse que “los medios tienen efectos mayores y más inmediatos en el reino de la imagen de los candidatos que en el reino de los temas” (Roberts, 1997, citado en Aruguete, 2016: 53). Más recientemente, Zunino y Ortiz Marín (2017) encontraron que en la agenda informativa de la campaña presidencial de 2015 en la Argentina, los temas más frecuentes estuvieron ligados a la coyuntura de la campaña y las acciones de los candidatos. A su vez, los investigadores advirtieron un predominio de la personalización y sobreexposición de las figuras de los principales candidatos (2017: 59).

Los estudios de la *Agenda Setting* se han ocupado de investigar la transferencia de relevancia de los temas entre la agenda mediática y la agenda pública, pero además, en un segundo nivel, incluyeron las “propiedades, cualidades y características” en las noticias de los objetos que describen (Kiosius, 2005). Según apunta Kiosius (2005), la mera atención de los medios sobre un candidato no es el único factor de importancia para la opinión pública, sino además cómo ese candidato es retratado en la cobertura (2005: 17-8). De esta forma, la agenda de objetos y la agenda de atributos no son excluyentes, sino que se complementan.

En la misma línea, McCombs y Evatt (1995) piensan que la *agenda setting* refiere tanto a la transferencia de prominencia de

los temas como de los aspectos de esos temas. Para estos autores, además de la influencia que los medios tienen en la inclusión de determinados asuntos en la agenda, “quizás es más importante que los medios de difusión puedan influir en el modo en que la gente piensa sobre los temas de la agenda pública” (1995: 2).

No obstante, para estos autores, “las noticias no son precisamente un discurso racional, ni conferencias educativas sobre temas de actualidad. Las noticias incluyen tono y drama” (1995: 21). A su vez, se trata de construcciones condicionadas por diversos factores contextuales. Como apunta Silvio Waisbord, “el cruce de los factores estructurales y organizacionales determinan los temas, los encuadres y las fuentes de los medios, que deben analizarse en cada caso” (Waisbord, 2011 en Amado, 2016: 45). Las condiciones contextuales en que se crean las noticias varían según el espacio y tiempo de producción. En este sentido es crítico el contexto político y las relaciones que mantienen los medios con el sistema político y partidario (Arrueta, 2013).

Aruguete (2015) reconoce el rol preponderante de los medios en la construcción de agenda, pero señala que estas instituciones no pueden por sí mismas dictar la agenda pública, por lo que algunos autores proponen reemplazar el término “establecimiento” (*setting*) por el de construcción (*building*), para dar cuenta de un proceso colectivo que “implica cierta reciprocidad entre los medios, los tomadores de decisiones y el público” (2015: 107).

En ocasiones, la agenda de los medios puede entrar en conflicto con la de determinados actores sociales, por lo que les resulta desafiante incluirlos sin distorsionarlos. Tal fue el caso del movimiento *Students for a Democratic Society* (SDS) que retrata en detalle Gitlin en su trabajo de 1980. Al respecto, Aruguete (2015) analiza que la discrepancia entre medios y movimientos sociales se acentúa en la medida que desafían el sistema económico del que estas corporaciones mediáticas dependen (2015: 117). Los grandes medios de comunicación de Estados Unidos no pudieron evitar incluir en su agenda noticias sobre el SDS, pero al hacerlo, “los recursos que estructuraron el discurso mediático fueron la trivialización, la polarización, el énfasis en el disenso interno, la marginalización y el

menosprecio por la efectividad del movimiento (2015: 118). En un sentido similar, los medios vernáculos no pudieron evitar producir contenidos dando cuenta de las alocuciones de la expresidenta por cadena nacional, sin embargo, dadas las discrepancias entre la agenda oficial y el posicionamiento de los principales medios, el objeto -y el sujeto- quedarían rodeados de una serie de atributos negativos que mitigarían su capacidad de instalar una definición propia de los hechos.

Algunos autores discuten que la presencia de un actor en la cobertura alcance para adjudicarle la capacidad de instalar su versión de los hechos. Por el contrario, “una alta valoración negativa de un actor impugna su versión de los hechos” (Zunino, 2015 en Koziner, 2017: 45). Arguete (2016) coincide con este análisis y retoma a Ferree, Gamson, Gerhards y Rucht, quienes en 2002 afirmaban que tener voz en las noticias no implica la oportunidad de proporcionar la interpretación y el significado a los acontecimientos (Arguete, 2016: 3). En efecto, era conveniente observar el contexto político y cultural dentro del cual los medios construyen su agenda.

## OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Siguiendo la propuesta metodológica de Zunino (2015 & 2016) se pretende alcanzar un índice de valoración de las noticias tomando en cuenta los elementos afectivos presentes en ellas. De forma más específica los objetivos del trabajo son: 1) reconocer cómo fue valorada la expresidenta de la Nación en cuanto protagonista principal y excluyente de las cadenas; 2) determinar cómo se valoraron la o las políticas que fueron motivo de cada una de las intervenciones; 3) identificar cómo se valoró la integración de la cadena nacional como un hecho noticioso en sí mismo.

En función de estos objetivos y la revisión de la literatura reseñada en el apartado anterior, el trabajo se realiza bajo las siguientes hipótesis:

H1: La cobertura de las cadenas nacionales focaliza especialmente en aspectos referidos a la imagen de la expresidenta y su

personalidad, y no tanto en los temas o políticas tratadas en sus intervenciones.

H2: Los medios de comunicación otorgan alta prominencia en sus agendas a las intervenciones de la mandataria por cadena nacional, pero mayoritariamente las deslegitiman al asignarle atributos preponderantemente negativos.

H3: La asignación de atributos positivos, negativos o indefinidos a los distintos elementos presentes en las noticias guardaría relación con el contexto político general, y de un modo más específico, con las características de las relaciones entre el poder político y los diferentes medios de comunicación analizados.

## METODOLOGÍA

El trabajo se realiza bajo el supuesto de que los objetos que los medios cubren tienen una serie de características o propiedades, y que la cobertura mediática tiende, en distintos grados, a enfatizar algunos y no interesarse por otros. La agenda de atributos, ese “conjunto de percepciones que los periodistas y el público emplean para pensar los objetos” (McCombs y Evatt 1995, en Aruguete 2016: 94), ponen de manifiesto que las noticias comunican más que hechos, no son discursos racionales y poseen tono y drama (2016: 96).

Como postulan McCombs y Evatt (1995), la operacionalización de la agenda de atributos puede hacerse a partir de las dimensiones afectiva y sustantiva o cognitiva. En este caso, haremos foco en los aspectos afectivos, para reconocer en los textos periodísticos marcas que permitan identificar la valoración que los medios hicieron sobre los distintos elementos presentes en las notas referidas a la cobertura de las cadenas nacionales de la expresidenta.

En este punto, se retoma la propuesta metodológica de Zunino (2015 y 2016), quien analiza la cobertura que realizaron los principales diarios del país sobre el llamado “conflicto del campo”, que mantuvo el Gobierno Nacional con las patronales agrarias en la primera mitad de 2008. El investigador se aparta de las mediciones tradicionales de valencia que clasifican las coberturas en tres categorías posibles, –positivo, neutral y negativo–, en efecto, considera

que las noticias no pueden ser neutrales, y propone una escala gradual de medición que permitiría reconocer de forma separada la valoración del acontecimiento principal de la nota, la valoración de los actores y el rol del estado (2016: 235-6). A partir de los aportes de la Teoría de la Valoración (Martin, 1997; Martin & White, 2007; White, 2000, en Zunino, 2016) el autor propone recuperar los recursos lingüísticos (los rasgos de la dimensión semántica discursiva) expuestos en los textos y que permiten reconocer posiciones ideológicas frente al acontecimiento (2016: 238). Según entiende el autor, “la Teoría de la Valoración comparte con los trabajos de la *Agenda Setting* la preocupación por determinar la carga afectiva de los textos” (2016: 239).

Las unidades de contexto de la investigación son medios de comunicación con características y posicionamientos distintos: *Clarín* integra un *holding* de medios junto a radios y canales de televisión, medios directamente afectados por la integración de la cadena nacional, y, a partir de 2008 produjo un giro en su línea editorial, quedando enfrentado abiertamente al Gobierno Nacional. *La Nación*, un medio de comunicación cuya actividad principal es la prensa gráfica, mantuvo desde el comienzo del kirchnerismo una línea editorial crítica hacia el gobierno. *Página/12*, también abocado principalmente a la actividad gráfica, mantuvo, con algunos matices, una línea editorial favorable al oficialismo durante el periodo que comprende este estudio (2011-2015).

La decisión de analizar diarios tradicionales en sus versiones *online* tiene relación además con algunas particularidades de la prensa digital, entre ellas, las mayores posibilidades de disponer contenido y su fácil replicabilidad y viralización en las redes sociales virtuales. Siguiendo el razonamiento de Varas (2001), quien compara la prensa escrita y la televisión, los medios digitales frente a la prensa gráfica tradicional tienen, por su perdurabilidad, la posibilidad de generar un mayor efecto de *agenda setting*. Al mismo tiempo las noticias publicadas en la prensa digital pueden llegar al lector por fuera de las estructuras de jerarquización que les otorga el emplazamiento y diseño de la prensa tradicional. Si bien la página de inicio de un portal de noticias marca con sus elementos gráficos diferentes niveles

de lectura y jerarquía de los contenidos e informaciones, los usuarios pueden acceder de forma desagregada a artículos aislados sobre los que no se conoce qué jerarquía le ha otorgado el medio, más allá de algunos indicadores como la extensión, la presencia de fotos u otros elementos multimedia.

En cuanto a la valoración de los actores (en todos los casos la expresidenta) la evaluación se realizará “en función de las dicotomías moral– inmoral, legal–ilegal, socialmente aceptable–inaceptable, encomiable–deplorable y normal– anormal (White, 2000 en Zunino, 2016: 242). Será *positiva* cuando se destaque que su comportamiento es acorde a las reglas, cuando su conducta sea socialmente aceptable, esperable, normal y generadora de beneficios para la sociedad. Se la considerará *negativa* en los casos que se realzan los rasgos inmorales, cuando se enfatiza la vulneración de reglas y normas, cuando la conducta es vista como socialmente inaceptable, disruptiva, conflictiva, violenta, antidemocrática y abusiva. Además, cuando se considere que su actuación genera perjuicios a la población o a las instituciones que representa. Serán consideradas *indefinidas* cuando no sean valoradas explícitamente o los aspectos positivos y negativos se compensen.

En segundo lugar, la valoración de las políticas públicas será considerada *positiva* cuando se las considere moralmente aceptables, ajustadas a las normas sociales y cuando sus efectos y consecuencias se perciban como beneficiosos para el conjunto de la sociedad. Serán evaluadas como *negativas* cuando se enfatice que infringen reglas preexistentes, no respetan las normas sociales y sus efectos sean considerados perjudiciales o indeseables. Serán consideradas *indefinidas* cuando no sean valoradas explícitamente o los aspectos positivos y negativos se compensen.

En cuanto a la integración de la cadena nacional como hecho noticioso particular, se lo considerará *positivo* cuando se enfatice su obligatoriedad y pertinencia de comunicar y dar publicidad a los actos de gobierno, así como la adecuación a las normativas vigentes; la valoración será *negativa* cuando sea vista como un acto autoritario o un hecho indeseado, innecesario, disruptivo e intrusivo, y será *indefinida* cuando no sea valorada explícitamente o los aspectos positivos y negativos se compensen.

Para el armado del *corpus* de análisis se accedió a la base de datos completa de las cadenas nacionales conformadas por el Gobierno Nacional entre 2011 y 2015. El universo de casos sumaba 111 cadenas en total realizadas entre el 10/12/2011 hasta el 9/10/2015. Se seleccionó un conjunto representativo aleatorio usando la operación random de Excel, por lo que la muestra final quedó conformada por 30 casos de todos los años comprendidos en el periodo estudiado. Luego se buscó la nota principal de cobertura de cada una de las 30 cadenas en los portales *web* clarín.com; lanacion.com.ar y pagina12.com.ar, obteniendo en total 90 piezas periodísticas que fueron codificadas siguiendo una ficha elaborada a esos fines.

Continuando con la propuesta metodológica de Zunino (2015 y 2016) se apunta a la obtención de un índice de valoración a partir del procedimiento que describe el autor:

En primer lugar, se determina la valoración del tópico principal. Si esta es positiva se suma un punto, si es negativa se resta un punto y si es indefinida no se asigna ningún valor. En segundo lugar, se establece un promedio de la valoración de los cinco primeros actores de la nota. Para ello se suma un punto por cada valoración positiva, se resta uno por cada valoración negativa y no se asigna ninguna unidad en caso de valoraciones indefinidas. El resultado de la suma se divide por cinco. Si el resultado es positivo, se suma un punto. Si es negativo, se resta un punto. Si es igual a cero no se adiciona ni resta ninguna unidad. Finalmente, se establece la valoración que la nota realiza sobre la política pública. Se suma un punto si es positiva, se resta uno si es negativa. De ser indefinida o no haber valoración explícita no se adiciona ninguna unidad (2016: 242-243)

Este procedimiento permite arribar a un índice que escapa a la ponderación dicotómica -positivo-negativo- y conformar “una escala que va de +3 a -3, resultando 3 puntos la valoración más positiva y -3 la más negativa” (Zunino, 2015: 300-301).

Como limitación de este estudio debe marcarse que el *corpus* no incluye las “notas relacionadas” con la principal<sup>7</sup>. Este aspecto es relevante porque las notas relacionadas agregan matices, complementan o introducen otros atributos que valoran de otras maneras a los actores y políticas abordados en la pieza central.

## ANÁLISIS

La expresidenta fue valorada más negativamente en *Clarín*, que la vinculó en su cobertura a acciones agresivas mediante el uso de verbos como “apuntó, criticó, desafió, fustigó, disparó, sentenció, amenazaron”. La cobertura de este diario también destacó furcios, errores o frases “insólitas” de la oradora. Las políticas tratadas en los discursos presidenciales en la mayoría de los casos eran mencionadas, aunque sin desarrollo. En algunas ocasiones el motivo central que daba origen a la conformación de la cadena no se mencionaba, y, en su lugar, se hacía referencia a “una batería de anuncios”, en alusión a la cantidad de temas diversos tratados en el discurso. La valoración de la cadena nacional era más negativa en la medida que se entendía que el motivo para su conformación no lo ameritaba o cuando se la veía como una herramienta de campaña política. En esos casos abundaban los cintillos que aclaraban “Por cadena nacional”, “Otra vez por Cadena nacional”, “Al filo de la veda” o “A 4 días de las PASO”. A su vez, estas intervenciones eran vistas como inoportunas cuando interrumpían la programación televisiva habitual. En una oportunidad se valoró negativamente una cadena, “que empezó minutos después de las 17:30, horario en el que las novelas de la tarde hacen explotar el rating”.

	Valoración	Clarín	La Nación	Página/12
Cristina Fernández de Kirchner	Positiva	6,7	3,3	66,7
	Negativa	53,3	40	0
	Indefinida	40,0	56,7	33,3
Políticas públicas	Positiva	13,3	16,7	80
	Negativa	20,0	13,3	0
	Indefinida	66,7	70	20
Conformación Cadena Nacional	Positiva	0	0	0
	Negativa	46,7	23,3	0
	Indefinida	53,3	76,7	100

**Tabla 1.** Valoración de la actora, las políticas y la conformación de la cadena en la cobertura de los tres portales online (%).

En *La Nación* la valoración indefinida de la expresidenta superó a la negativa, pero la adjetivación usada fue similar a la de *Clarín*, asociándola a acciones agresivas: “apuntó”, “desafió”, “exigió”, “se animó a cuestionar al Poder Judicial”, “dijo punzante”, “montó una escena de respaldo a su administración”, “embistió”, “aleccionó”, “abundó”. La cobertura de este diario se diferenció de *Clarín* en la valoración de las políticas públicas y de la cadena nacional, que fueron tratados mayoritariamente de manera indefinida.

En *Página/12*, la expresidenta fue valorada positivamente el 66,7% de los casos. En algunas pocas ocasiones, cuando en una misma nota se valoraba también la acción de algún actor considerado enemigo del gobierno como el juez Thomas Griesa o los “especuladores financieros”, la valoración de estos últimos era negativa, por lo que caía la ponderación total del ítem. En la cobertura de este portal era habitual la transcripción literal de las declaraciones de la presidenta, junto a datos e información que ayudaban a entender las políticas que se anunciaban. En el caso de la presentación del programa Recuperar Inclusión (31/3/2014) este diario fue el único que explicó en qué consistía, los actores destinatarios y la inversión que demandó. Los demás medios hicieron foco en las declaraciones de la presidenta sobre los hechos de violencia por mano propia que habían tenido lugar durante esos días y su llamado a la paz social. Algo similar ocurrió con la entrega de subsidios a la industria (27/3/2014), que ocurrió el mismo día en que se anunció la quita de subsidios a algunos servicios básicos, hecho que ganó centralidad en las coberturas de *La Nación* y *Clarín* por encima de los anuncios de subsidios puntuales a la actividad industrial que motivó el discurso presidencial. Para *Página/12* la conformación de la cadena nacional no era un tema, por lo que su valoración fue siempre indefinida.

En relación a la mayor explicación de las políticas públicas en toda su complejidad, resulta relevante observar como un posible indicador, la extensión de las notas de cobertura. La extensión promedio en *Clarín* fue de 3218 caracteres, apenas por debajo de *La Nación* que alcanzó los 3332 caracteres. Por su parte *Página/12* casi duplica a los demás diarios con 5896 caracteres (en todos los casos con espacios). Vale marcar que las notas de cobertura de *Clarín* y *La Nación*

en general se publicaban casi en simultáneo con el acontecimiento y en algunas ocasiones la cobertura contaba con una o dos “notas relacionadas” con algún artículo de análisis sobre el tema central de la cadena o compilaciones con “las principales frases” de la presidenta. *Página/12*, por su parte, en general publicaba sus notas de cobertura al día siguiente –excepto en casos de gran trascendencia, como la estatización de YPF-, por lo que manejaba otros tiempos que le permitían producir piezas más extensas.

La valoración de las políticas públicas es el aspecto donde se observa mayor coincidencia entre *Clarín* y *La Nación*. Si bien el primero las valora más negativamente que el segundo, ambos acuerdan en asignarle cifras que rondan el 70% de valoración indefinida. Contrariamente, *Página/12* las valora positivamente el 80% de los casos.

Considerando todas las variables, el 63% de la cobertura de *Clarín* se ubicó entre medianamente negativa y muy negativa, mientras que apenas el 10% fue positiva. En *La Nación* el total de la cobertura negativa alcanza 43,3%, valor idéntico a la cobertura indefinida. *Página/12* actúa como contrapeso con una cobertura 90% positiva, sin ninguna incursión en el terreno de los valores negativos.

## A MODO DE CONCLUSIÓN

A partir de la propuesta metodológica de Zunino (2015) este trabajo analizó la cobertura de las cadenas nacionales de la expresidenta Cristina Fernández de Kirchner durante su segundo mandato. El armado metodológico permitió diferenciar elementos al interior de cada una de las 90 piezas informativas que formaron parte del

		Clarín	La Nación	Página/12	Total
-3	Muy negativa	10	3,3	0	4,4
-2	Negativa	30	23,3	0	17,8
-1	Medianamente negativa	23,3	16,7	0	13,3
0	Indefinida	26,7	43,3	10	26,7
1	Medianamente positiva	6,7	10	33,3	16,7
2	Positiva	3,3	3,3	56,7	21,1
3	Muy positiva	0	0	0	0

**Tabla 2.** Valoración integral de la cobertura en los tres portales (%).

*corpus*. En este sentido, se pudo reconocer, a partir de un análisis de la semántica discursiva, la valoración que cada pieza realizó sobre la actora; las políticas públicas y la propia cadena nacional.

El contexto político y las relaciones entre las estructuras políticas y las de los medios de comunicación condicionaron la cobertura y valoración de cada elemento presente en las piezas informativas. Las coberturas de *Clarín* y *La Nación*, que mantuvieron una postura opositora a los gobiernos de Cristina Fernández, valoraron más negativamente a la expresidenta y se concentraron en su figura, rodeándola de atributos negativos. A su vez, se mostraron indefinidos a la hora de valorar las políticas públicas, que en el común de los casos fueron escasamente explicadas en su complejidad, u ocultadas detrás de definiciones como “batería de anuncios” o “catarata de datos”. Por su parte, *Página/12* se concentró menos en la figura de la exmandataria, y sus textos se orientaban a tratar el tema central que justificaba la conformación de la cadena. Este medio destinó mayor espacio a transcribir de manera directa el discurso presidencial y a explicar con más detalle las políticas públicas.

La cadena nacional fue vista como un aspecto fuertemente negativo por *Clarín*. Para *La Nación* fue un aspecto indefinido en la mayoría de los casos, mientras que *Página/12* directamente no lo tematizó. El recurso de la cadena parecía menos efectivo para comunicar políticas en la medida que aumentaba en número; las razones de su conformación se consideraban menos trascendentes y sus usos inadecuados, lo que limitaba –descontando el caso de *Página/12*– las posibilidades de la expresidenta para transferir a la cobertura periodística una definición propia de los temas.

## Agradecimientos

Se agradece la orientación y comentarios que la Dra. Natalia Aruguete realizó durante la producción de este artículo y se la exime de toda responsabilidad respecto de los errores y omisiones que pudieran existir.

### Referencias citadas

- Amado, A.  
2016. *La prensa de la prensa. Periodismo y relaciones públicas en la información*. Biblos. Cuadernos de comunicación, Buenos Aires.
- Arrueta, C.  
2013. "Identidad(es) Periodística(s). Una mirada desde los escenarios de tensión". *Revista Tram[p]jas de la comunicación y la cultura*, 76, pp. 81-87.
- Aruguete, N.  
2013. "La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político". *Austral Comunicación*. 2(2) (diciembre 2013)  
2015. *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Biblos, Buenos Aires.
- García Beaudoux, V.; D'adamo, O.; Slavinsky, G. y Rosenbach, G.  
2005. "Imagen presidencial en la prensa: un heurístico cognitivo para la comprensión del universo político". *Revista de Psicología Social*, 20 (2), mayo, pp. 163-173. Madrid.
- Kiosius, S.  
2005. "Compelling Arguments and Attitude Strength Exploring the Impact of Second-Level Agenda Setting on Public Opinion of Presidential Candidate Images". *Press/Politics* 10(2) pp. 3-27. Primavera 2005.
- Koziner, N.  
2017. "El tratamiento de las fuentes en la cobertura de la ley audiovisual argentina. El caso de la prensa económica (marzo-octubre 2009)". *Más Poder Local*. N° 30, Enero 2017, pp. 43-51.
- Lippmann, W.  
1964 [1922]. "El mundo exterior y nuestras imágenes mentales". En *La opinión pública*. pp. 13-31. Compañía General Fabril Editora, Buenos Aires.
- MCcombs, M. y Evatt, D.  
1995. "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting". *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- MCcombs, M. y Shaw, D.  
1972. "The agenda-setting function of mass media". *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- O'Donell, M.  
2008. "El Atril del asesino". En Rincón, O. (ed) *Los tele-presidentes: Cerca del pueblo, Lejos de la democracia*. Bogota: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung. pp.39-45.

Vara, M. A.

2001. La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales. Aproximación teórico-práctica a la teoría de la agenda setting y de la agenda building. Tesis doctoral. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

Zunino, E. y Ortiz Marín, M.

2017. "Los medios y las elecciones: la agenda informativa de la campaña presidencial de 2015 en la argentina". *Más Poder Local*. N° 30, Enero 2017, pp. 56-66.

Zunino, E.

2015. "La cobertura mediática del 'conflicto campo – gobierno' de 2008 en la prensa gráfica argentina. Un estudio comparativo de las agendas informativas sobre la Resolución N° 125/08 de los diarios Clarín, La Nación y Página/12. Tesis doctoral. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal.

2016. "La valoración de las noticias políticas en la agenda mediática: una propuesta metodológica para el análisis de contenido". *Communication & Society* 29(4), 235-254

## NOTAS

1.- La llamada "crisis del campo", que enfrentó al gobierno nacional con las principales corporaciones agropecuarias se originó por la decisión del poder Ejecutivo de elevar los derechos de exportación a algunas materias primas de alta rentabilidad.

2.- Esto dio paso a la larga discusión y posterior sanción de la LSCA 26.522/09, un hito en la relación del gobierno con las empresas de medios, que buscó poner un límite al tratamiento mercantil de los recursos de la comunicación, pero su aplicación, entre judicializada y discrecional, no consiguió alterar la estructura de ese mercado, que en la actualidad se muestra todavía más concentrado, aunque con algunos nuevos actores periféricos que se crearon y afianzaron al calor de aquella normativa.

3.- La diputada por el PRO Patricia Bullrich solicitó en mayo de 2015 a la AFSCA que se intime a la presidenta por el excesivo uso de la cadena, lo que fue desestimado por esa Agencia estatal. Ver Sabbatella: "El pedido de Bullrich es un total disparate". Disponible el 7/12/2017 en <http://www.telam.com.ar/notas/201505/105863-sabbatella-el-pedido-de-bullrich-es-un-total-disparate.html>. El mismo año, el Diputado y presidente del bloque de la UCR en el Congreso, Mario Negri, interpuso una denuncia ante la Defensoría del Público presentando un extenso escrito que exponía en detalle el uso de la cadena nacional por parte de la Administración de CFK

entre 2008 y 2015. Disponible en: <http://diputados.ucr.org.ar/wp-content/uploads/2015/05/Escrito-Cadenas-Nacionales.docx>

4.- La muerte del expresidente Néstor Kirchner (2003-2007) en octubre de 2010 generó un profundo impacto social, su funeral movilizó a miles de personas y representó un punto de inflexión para el gobierno que entonces conducía su esposa Cristina Fernández. Alberto Nisman era el Fiscal especial de la causa sobre el atentado contra el edificio de la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA), hecho ocurrido en 1994 en el que murieron 85 personas. En el marco de esta causa, de alcance internacional, Nisman había denunciado por encubrimiento a la entonces presidenta Fernández de Kirchner. El Fiscal apareció muerto en su departamento horas antes de presentarse ante la Cámara de Diputados, que lo había citado para que explicara los fundamentos de su denuncia, lo que generó un alto impacto político. Los llamados “fondos buitres” eran tenedores de bonos de deuda argentina que litigaban contra el país en tribunales de New York. El gobierno nacional mantuvo una puja con estos actores y el juez neoyorquino Thomas Griesa, debido a sucesivos fallos judiciales adversos para el país, que ponían en riesgo la reestructuración de la deuda externa argentina realizada en 2005 y 2010. La Estatización de las empresas Aerolíneas Argentinas (2008) y de la petrolera YPF (2012), tuvo repercusiones internacionales por encontrarse en ese momento bajo la conducción del Grupo Marsans y Repsol, respectivamente, ambas compañías de capitales españoles. El tema llegó a la tapa de los principales diarios en ese país y el resto de Europa.

5.- Ver Bienvenida de la Fragata Libertad, disponible el 7/12/2017 en <https://www.youtube.com/watch?v=jvHBXOhxAWs>

6.- Entrevista a Cristina Fernández de Kirchner del 14/09/2017 en Infobae disponible el 01/12/2017 en <https://youtu.be/FigEAU3eoQc>

7.- Componen el corpus de 90 artículos las “notas principales” de cobertura, aquellas que referían de manera directa al discurso presidencial emitido en cadena nacional. En los casos de *Clarín* y *La Nación* se trata de piezas publicadas el mismo día y a pocas horas de ocurrido el hecho. En el caso de *Página/12* casi siempre fueron notas publicadas el día posterior. Las llamadas “notas vinculadas” en general son posteriores a la principal y sirven como columnas de opinión y análisis, o para enfatizar algún aspecto del discurso, como por ejemplo “las frases más destacadas” de Cristina.

## ANEXO I: NOTAS PERIODÍSTICAS SOBRE LAS QUE SE REALIZÓ EL TRABAJO EMPÍRICO

Fecha	Diario	Tema que motiva la formación de la cadena / Titular de la nota principal de cada diario
		Anuncio llamado a licitación para acueductos en Formosa y Santa Cruz
9/10/2015	Clarín	Otra cadena nacional para apuntalar las campañas de Máximo y Alicia Kirchner
9/10/2015	La Nación	Cristina usó la cadena otra vez para apoyar a Alicia
9/10/2015	Página 12	"Las obras quedan en la memoria"
		Acto de aumento de las jubilaciones
5/8/2015	Clarín	A 3 días de las PASO, Cristina anunció un aumento de 12,5% para los jubilados
5/8/2015	La Nación	En plena veda, Cristina Kirchner anunció por cadena nacional un aumento de 12,4% para los jubilados
5/8/2015	Página 12	La jubilación mínima será de \$4299 desde septiembre
		Acto de entrega de la netbook 5 millones y distinciones a científicos
1/7/2015	Clarín	Cristina volvió a usar la cadena para la campaña
1/7/2015	La Nación	Cristina Kirchner: "Yo no tengo vacas ni campo, pero lucho como si fuera una ganadera"
1/7/2015	Página 12	"No hay ideologías sino intereses"
		Acto de aumento del 30% de la Asignación Universal por Hijo
15/6/2015	Clarín	Sube un 30% la Asignación por Hijo y las Asignaciones familiares
15/6/2015	La Nación	Cristina Kirchner anunció el aumento del 30% de la Asignación Universal por Hijo y de las asignaciones por embarazo y familiares
15/6/2015	Página 12	"Esto es un logro, cuídenlo y manténganlo"
		Día de la Afirmación de los Derechos Argentinos sobre Islas Malvinas
10/6/2015	Clarín	Cristina: por Griesa, habría que pagar US\$ 22.000 millones más
10/6/2015	La Nación	Cristina Kirchner defendió la decisión de no pagarles a los fondos buitres e inauguró el Faro de la Soberanía
10/6/2015	Página 12	"La única arma que tenemos es la palabra, el reclamo"
		Conmemoración del 205° Aniversario de la Revolución de Mayo
25/5/2015	Clarín	Cristina mezcló despedida y campaña ante una multitud en la Plaza
25/5/2015	La Nación	Cristina Kirchner brindó en cadena nacional su último discurso por el 25 de mayo: "Hemos construido otra vez la patria, argentinos"
25/5/2015	Página 12	"Va a pasar lo que ustedes quieran que pase"

		Creación del Banco Nacional de Materiales Controlados
28/4/2015	Clarín	Cristina en cadena: de la abuela que toma Rivovitril al récord de salchichas
28/4/2015	La Nación	Inauguraron el Banco Nacional de Materiales Controlados del Registro Nacional de Armas
28/4/2015	Página 12	CFK reclamó más recursos y menos discursos
		Primer año del programa Progresar 2015
12/3/2015	Clarín	Los planes sociales para jóvenes aumentaron de \$600 a \$900
12/3/2015	La Nación	Cristina Kirchner anunció un aumento en la cuota del Plan Progresar
12/3/2015	Página 12	Más fondos y más facilidades para estudiar
		La Presidenta anunció aumento en jubilaciones y pensiones
30/1/2015	Clarín	Reapareció Cristina y anunció una suba de 18,26 % para los jubilados
30/1/2015	La Nación	Cristina Kirchner, en plena crisis por el caso Nisman: “Cuando los jueces y fiscales hablan también forman opinión, y cuando tienen causas también crean opinión”
30/1/2015	Página 12	Las jubilaciones, con el mayor aumento
		31º Aniversario de la Democracia
13/12/2014	Clarín	Cristina: “Las candidaturas son algo más que tener un color o sacarse una foto”
13/12/2014	La Nación	Con Amado Boudou al lado, Cristina Kirchner dijo que hay “persecución” en el Poder Judicial
13/12/2014	Página 12	“Que nos expliquen cuál es el proyecto”
		Cristina Fernández promulgó el nuevo Código Civil y Comercial
7/10/2014	Clarín	Cristina aseguró que el nuevo Código no pesifica las deudas ni los depósitos
7/10/2014	La Nación	Cristina Kirchner, sobre el nuevo Código Civil: “No es violatorio de los contratos en moneda extranjera”
7/10/2014	Página 12	“Es un producto cultural de la democracia”
		Creación de la Secretaría Nacional de Acceso al Hábitat
30/9/2014	Clarín	Cristina premia a D’Elía con una Secretaría para uno de sus laderos
30/9/2014	La Nación	Crean una Secretaría de Acceso al Hábitat
30/9/2014	Página 12	“Si me pasa algo, miren hacia el norte”
		Anuncio del proyecto de ley de pago soberano local de la deuda externa
19/8/2014	Clarín	Cristina propone pagar en el país y reabrir el canje de la deuda
19/8/2014	La Nación	Cristina busca reabrir el canje a los bonistas y pagarles en la Argentina

19/8/2014	Página 12	El Gobierno nacional anunció el envío al Congreso de un proyecto de ley que declara de interés público el pago de la deuda al cien por ciento de los acreedores y cambia el agente de pago
		Día de la Bandera
20/6/2014	Clarín	Cristina reclamó abrir la negociación para pagar a los fondos buitres
20/6/2014	La Nación	En un giro, la Presidenta aceptó negociar con los fondos buitres para pagarles
20/6/2014	Página 12	“Llegar a un acuerdo beneficioso e igualitario”
		Inauguración del Museo Malvinas en el Espacio de la Memoria
10/6/2014	Clarín	Cristina creó un Museo de Malvinas pero ya había otro
10/6/2014	La Nación	Cristina Kirchner, en un acto por Malvinas, llamó a “terminar con el último vestigio de colonialismo inglés”
10/6/2014	Página 12	“La soberanía se construye sobre la paz”
		Incorporación de vacunas en el calendario nacional y moratoria para jubilados
4/6/2014	Clarín	Suman tres nuevas vacunas al calendario oficial obligatorio
4/6/2014	La Nación	Cristina Kirchner anunció una moratoria jubilatoria y la incorporación de tres vacunas al calendario
4/6/2014	Página 12	“Más justo, equitativo y redistributivo”
		Inauguración nuevas formaciones del Ferrocarril San Martín
23/4/2014	Clarín	Cristina pidió a los gremios ferroviarios que piensen en los que viajan y ganan “mucho menos”
23/4/2014	La Nación	Al presentar nuevos trenes, Cristina Kirchner le pidió al gremio que no haga paro: “Brinden el servicio”
23/4/2014	Página 12	“Hace 50 años que no había formaciones nuevas”
		Presentación del plan Recuperar Inclusión
31/3/2014	Clarín	Preocupada por la violencia, Cristina pidió “miradas y voces que traigan tranquilidad”
31/3/2014	La Nación	Cristina Kirchner: “No necesitamos voces que traigan deseos de venganza”
31/3/2014	Página 12	“No necesitamos voces que traigan venganza”
		Subsidios a la industria (contexto de quita de subsidios a servicios básicos)
27/3/2014	Clarín	Cristina: “Me siento la madre del país y de todos los argentinos”
27/3/2014	La Nación	Cristina Kirchner: “Esto no tiene nada que ver con un tarifazo”
27/3/2014	Página 12	Favor con pedido de “ida y vuelta”

		Lanzamiento Progresar, Programa de Respaldo a Estudiantes Argentinos
22/1/2014	Clarín	La Presidenta volvió con un plan de subsidios para los jóvenes
22/1/2014	La Nación	ProgresAr, el nuevo plan del Gobierno para los jóvenes “ni-ni”
22/1/2014	Página 12	Para rescatar a los hijos del neoliberalismo
		Discurso por el Día de la Bandera
20/6/2013	Clarín	Cristina: “No sería extraño que nos dicten una cautelar y no nos dejen elegir Presidente”
20/6/2013	La Nación	Cristina Kirchner encabeza en Rosario el acto central por el Día de la Bandera
20/6/2013	Página 12	“La verdad es que en 2015 quiero ser jueza”
		31º Aniversario del inicio de la Guerra de Malvinas
2/4/2013	Clarín	Cristina: “Que el Reino Unido no utilice Malvinas para ocultar el desastre económico”
2/4/2013	La Nación	Malvinas: “Creo que las cosas no van a poder mantenerse así por mucho tiempo”, dijo Cristina
2/4/2013	Página 12	CFK: “Malvinas es una causa regional de soberanía”
		Aumento de las jubilaciones y pensiones y de la suba del mínimo no imponible
28/1/2013	Clarín	El Gobierno anunció una suba de 20% en el mínimo no imponible de Ganancias
28/1/2013	La Nación	La Presidenta anunció un aumento del 15,18% en las jubilaciones mínimas
28/1/2013	Página 12	Las jubilaciones, por ascensor
		Envío al Congreso de la Nación del Proyecto de Reforma a la CNV
22/10/2012	Clarín	Regulación bursátil: cautela en el mercado ante los anuncios oficiales
22/10/2012	La Nación	Más intervencionismo: controlará el Gobierno el mercado de capitales
22/10/2012	Página 12	“Crear confianza con mayor regulación estatal”
		3º Aniversario de la Ley de Medios
10/10/2012	Clarín	Cristina volvió a hablar por cadena y embistió contra los medios
10/10/2012	La Nación	Por cadena nacional, Cristina comparó al 7D con “el día de los Derechos Humanos universales”
10/10/2012	Página 12	“Esta ley fue una construcción colectiva”
		Inauguración de la segunda temporada de Tecnópolis
12/7/2012	Clarín	La Presidenta reinauguró Tecnópolis y evitó responderle a Moyano
12/7/2012	La Nación	Cristina habló en cadena nacional “como presentadora” de Tecnópolis
12/7/2012	Página 12	Cristina inauguró la segunda muestra de Tecnópolis

		Inauguración de la planta de maquinaria agrícola AGCO en General Rodríguez
11/7/2012	Clarín	Cristina volvió a castigar a Scioli por cadena nacional
11/7/2012	La Nación	Cara a cara, la Presidenta criticó duramente a Scioli
11/7/2012	Página 12	“La Nación ha transferido una cifra inédita”
		Creación del Programa PROCREAR
12/6/2012	Clarín	Lanzan un plan para construir viviendas con plata de ANSeS
12/6/2012	La Nación	Lanzan un nuevo megaplán de créditos para viviendas
12/6/2012	Página 12	“Vamos a seguir con políticas de inclusión”
		Celebración del 202° Aniversario de la Revolución de Mayo
25/5/2012	Clarín	Cristina defendió con fuerza las trabas a las importaciones
25/5/2012	La Nación	Que no se quejen tanto en Buenos Aires: estamos trabajando por todos los argentinos
25/5/2012	Página 12	“Una unidad que no signifique pensar lo mismo”
		Envío al Congreso de la Nación de un Proyecto de Ley para expropiar el 51% de YPF
16/4/2012	Clarín	Cristina presentó el proyecto para expropiar el 51% de YPF
16/4/2012	La Nación	Cristina decidió la expropiación de YPF
16/4/2012	Página 12	El Gobierno Nacional propuso la expropiación del 51 por ciento de las acciones de Repsol en YPF y declarar de interés público el autoabastecimiento de combustibles