

CES
COOPERATIVISMO E ECONOMÍA SOCIAL
Núm. 46 (2023-2024), páxs. 117-136
ISSN: 1130-2682

ACERCA DE LAS (IN)VISIBILIZACIONES DE LA ECONOMÍA
SOCIAL Y SOLIDARIA. UN TRABAJO SOBRE LAS AGENDAS
DE LOS MEDIOS DIGITALES DE SAN LUIS, ARGENTINA

*ABOUT THE (IN)VISIBILITY OF THE SOCIAL AND
SOLIDARITY ECONOMY. A WORK ON THE AGENDAS OF
THE DIGITAL MEDIA OF SAN LUIS, ARGENTINA*

ANA LAURA HIDALGO*

BELÉN DEL CARMEN GALENDE**

Recepción: 17/11/2023 - Aceptación: 16/09/2024

* Doctora en Ciencias Sociales. Investigadora Asistente en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Profesora Adjunta en la Universidad Nacional de San Luis (UNSL). alhidalgo@email.unsl.edu.ar; hidalgo.analaura@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6900-5120>

** Licenciada en Comunicación Social. Docente Auxiliar de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL). bgalende@email.unsl.edu.ar ORCID: 0000-0002-8860-5797

RESUMEN

La presente contribución se propone sistematizar un trabajo de campo realizado durante los años 2020-2021 sobre las agendas de los medios digitales de la provincia de San Luis, Argentina.

El estudio parte en considerar el lugar que ocupan las noticias referidas a las prácticas de la Economía Social y Solidaria (ESS) en la agenda de los medios seleccionados y cómo estos se visibilizan respecto de otros contenidos. Para ello, además, se recurre a relevar contribuciones precedentes a partir de estudios similares que sientan jurisprudencia en temas afines.

El artículo organiza la información obtenida en gráficos que permiten comprender la escasa presencia de este tipo de actores en las agendas mediáticas digitales en San Luis y delinea futuras líneas de estudio sobre la cuestión.

PALABRAS CLAVES: economía social y solidaria; medios digitales; agendas mediáticas.

ABSTRACT

This contribution aims to systematize field work carried out during the years 2020-2021 on the digital media agendas of the province of San Luis, Argentina.

The study starts by considering the place that news referring to the practices of the Social and Solidarity Economy (SSE) occupies in the agenda of the selected media and how these are made visible compared to other content. To do this, we also resort to reviewing previous contributions from similar studies that establish jurisprudence on related topics.

The article organizes the information obtained in graphs that allow us to understand the limited presence of this type of actors in the digital media agendas in San Luis and outlines future lines of study on the issue.

KEYWORDS: social and solidarity economy; digital media; media agendas

SUMARIO: 1. INTRODUCCIÓN. 2. PERSPECTIVAS TEÓRICAS. 3. ACERCA DEL OME-DI Y SUS MARCOS METODOLÓGICOS. 4. PRESENCIAS/AUSENCIAS DE LA ESS EN LA AGENDA DE LOS MEDIOS DIGITALES DE SAN LUIS. 5. CONCLUSIONES Y PRÓXIMAS LÍNEAS DE ESTUDIO. 6. BIBLIOGRAFÍA REFERENCIADA

SUMMARY: 1. INTRODUCTION. 2. THEORETICAL PERSPECTIVES. 3. ABOUT OME-DI AND ITS METHODOLOGICAL FRAMEWORKS. 4. PRESENCES/ABSENCES OF THE SSE IN THE DIGITAL MEDIA AGENDA OF SAN LUIS. 5. CONCLUSIONS AND NEXT LINES OF STUDY. 6. REFERENCED BIBLIOGRAPHY

I INTRODUCCIÓN

La “economía” configura, probablemente, uno de los temas más relevantes de las agendas públicas y mediáticas. La presencia de temas relacionados a “lo económico” se evidencia de manera sistemática en portales, diarios y demás medios de comunicación en distintos formatos y soportes. Incluso es posible considerar su relevancia en los discursos que transitan en las redes sociales digitales, constituyéndose en un tema de debate ciudadano. Sin embargo, es posible reconocer en esos enunciados la predominancia de ciertos discursos acerca de lo económico¹ (Burkún y Spagnolo, 1987) que, en algunos casos, contribuyen a legitimar cierto orden social instituido, al tiempo que invisibilizan otros.

En este sentido, la inclusión de determinados temas en las agendas mediáticas y el tratamiento que se hace de los mismos, tiene una importancia considerable para comprender la circulación de esos discursos sociales en la ciudadanía. Por tanto, no sólo importa qué se incluye en las agendas, sino el encuadre que se hace de las mismas. Existen numerosos trabajos en la materia que evidencian la influencia en los ciudadanos por parte de los encuadres noticiosos (Entman, 1993; Scheufele y Nisbet, 2008; Kahneman, 2011; Nelson, 2011; Novak y Hakenan, 2014). En estos documentos se demuestra, a partir de casos de estudio diversos, cómo los medios predisponen a los públicos a pensar sobre determinados temas y, en muchas circunstancias, qué pensar acerca de los mismos. Puesto que

En la sociedad actual los medios de comunicación desarrollan una función determinante en la articulación de la complejidad social. Establecen representaciones, patrones de consumo, estéticas, axiología, movilización ciudadana, legitimación de la realidad. Su mediación intersecta

¹ BURKÚN, M. Y SPAGNOLO, A. (1987). *Nociones de Economía Política*. Zavalia Editores. Argentina.

las relaciones humanas en un universo cada vez más interconectado y tecnologizado que los autentifica como plataformas de construcción social de la realidad [...]. La Teoría de la Agenda Setting es una de las perspectivas con mayores resultados en este campo; específicamente en la comprensión de cómo los medios influyen en la selección de los asuntos a los que la colectividad dirige atención. (Castillo Salina, Muñoz Zúñiga y Martínez Tena, 2021, p. 234)²

La Teoría de la Agenda Setting propone un modelo explicativo de la relación que se establece entre los medios y los públicos. “La hipótesis central afirma que existe un fenómeno de transferencia de relevancia desde la agenda mediática hasta la agenda del público”³ (Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs, 2020, p. 2). En el desarrollo de esta teoría, McCombs (2006) sostiene que los medios de comunicación posibilitan que los públicos dirijan su atención hacia un conjunto de temas, propiciando que sobre ello se genere una opinión pública específica y, de modo consecuente, una toma de decisiones particular. De acuerdo con Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs (2020), esta corriente de pensamiento se erige en un “un proceso eminentemente cuantitativo: a mayor exposición al mensaje, mayor accesibilidad entre el público y mayor efecto agenda” (p. 2).

Por tanto, los temas referidos a los asuntos económicos que se incluyen en la agenda de un medio, se presentan como “la economía”. De acuerdo con el estudio de Tagina y Delle Donne (2022), “en particular, cuando se trata de la economía, los medios son considerados una fuente preponderante de información para los ciudadanos, con efectos sobre sus percepciones y sobre su decisión de voto”⁴ (p. 389). Pero si las agendas mediáticas sólo visibilizan a los grandes agentes económicos y dejan por fuera las expresiones de las economías alternativas o colectivas, la posibilidad de construir una opinión pública que tome posición respecto de la ESS resulta afectada considerablemente por su invisibilidad, legitimidad y reconocimiento.

En Argentina, la preocupación por los temas económicos ocupan un importante lugar en la opinión pública. Y esto interpela las agendas de los medios di-

² CASTILLO SALINA, Y., MUÑOZ ZÚÑIGA, V. y MARTÍNEZ TENA, A. (2021). “La teoría de la Agenda Setting. Crítica epistemológica y profundización cualitativa a partir de un estudio antropológico”. *Perspectivas de la comunicación*. Vol. 14. Núm. 1, pp. 231- 272. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672021000100231>

³ ARDÈVOL-ABREU, A.; GIL DE ZÚÑIGA, H.; MCCOMBS, M. (2020). “Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019)”. *Profesional de la Información*, V. 29, Núm. 4, e290414. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>

⁴ TAGINA, M. L Y DELLE DONNE, F. (2022). “El framing de la economía en la prensa local de Argentina: Explicando el sesgo pro gobierno”. *Latin American Research Review*, Vol. 57, Issue 2, June 2022, pp. 388 - 407. DOI: <https://doi.org/10.1017/lar.2022.31>

giales de modo considerable, puesto que es el modo predominante con el cual la ciudadanía se informa de acuerdo con el Sistema de Información Cultural de la Argentina (Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017). Actualmente, los mismos ocupan un lugar central en los sitios de noticias digitales y en las discusiones públicas; en este marco, nos interesa preguntarnos acerca de qué noción de “economía” es la que predomina. Y en este sentido, ¿Qué lugar ocupan las noticias referidas a las prácticas de la Economía Social y Solidaria (ESS) en la agenda de los medios? ¿Cómo se visibilizan los temas de la ESS en los medios digitales respecto de otros contenidos?

El presente artículo pretende sistematizar parte de los datos obtenidos en el marco del trabajo desarrollado por el Observatorio de Medios Digitales (OMEDI)⁵ de la provincia de San Luis, Argentina, durante los años 2020 y 2021, para aproximar algunas respuestas sobre los interrogantes anteriores planteados. Este escrito se organiza en cuatro momentos. En primer orden, se presenta la perspectiva teórico-conceptual que acompaña este trabajo; a continuación, se esboza el marco metodológico asumido durante el trabajo de campo y los modos de análisis que permitieron la sistematización. Posteriormente, se incorporan algunas de las discusiones fundamentales y los gráficos que permiten ilustrar los argumentos. Para concluir, incluimos las consideraciones finales de este recorrido y renovamos el sitio de las preguntas para seguir pensando la temática desde una perspectiva reflexiva.

2 PERSPECTIVAS TEÓRICAS

Como se indicó en la introducción de este trabajo, las noticias de tipo económico ocupan un lugar destacado en los sitios de noticias digitales. Esta es una afirmación que puede ser fácilmente comprobada; privatizaciones, inflación, déficit fiscal, crecimiento económico, nivel de empleo, crisis energética, etc. Ahora bien, los temas económicos mencionados aluden a la noción de economía basada en el discurso dominante de la ciencia económica que responde a las Escuelas Neoclásicas. El muy conocido y referenciado texto de Burkún y Spagnolo (1987) menciona bajo esta categoría todos aquellos discursos que intentan explicar la relación hombre-mundo-naturaleza desde una perspectiva despolitizante de la economía; esto supone que la misma se expresa en un lenguaje estadístico que no permite comprender o visibilizar las relaciones de poder que, una perspectiva desde la “economía política”, se deberían contemplar. Asimismo, es preciso referenciar que este discurso asume una posición neutra por parte del intelectual

⁵ El OMEDI es una propuesta que forma parte de un Proyecto de Extensión y Docencia (PED) de la Facultad de Ciencias Humanas (FCH) de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL). Aprobado por resolución N°105/2020 y dirigido por la Mg. Mariela Quiroga Gil y la Dra. Ana Laura Hidalgo. Al momento de realización de este estudio, se encontraba integrado por 10 (diez) personas.

que piensa su tiempo y la posibilidad de la construcción de discursos universales acerca del funcionamiento de las grandes variables macroeconómicas, entre otras características.

En este marco, si los discursos acerca de lo económico que predominan en los medios digitales son aquellos de tipo hegemónico que pretenden arrojar un único discurso explicativo acerca de la resolución de las necesidades humanas (contenido de lo económico), ¿qué ocurre con las actividades de la ESS en los principales medios digitales de San Luis, Argentina?

De acuerdo a Coraggio⁶,

[...] dada la centralidad y opacidad de la economía en la generación del imaginario social, será decisivo, para romper ese círculo vicioso, en la resolución de los problemas acuciantes de la vida cotidiana, convencernos y convencer a otros de que hay formas mejores, observables o verosímiles, de organización micro y mesoeconómica, y que esas formas pueden ser inventadas, evaluadas y rectificadas voluntariamente. (Coraggio, 2008, p. 2)

Y en esta apuesta que nos propone Coraggio, la pregunta por las agendas de los medios de comunicación resulta fundamental dado que los públicos formarán opinión sólo de aquellos temas que los medios visibilizan, como se explicó anteriormente. Si bien es preciso señalar que existen medios alternativos, populares y comunitarios que no responden a un mismo criterio en la confección de sus agendas, los medios de comunicación -independientemente de sus líneas editoriales- son actores que participan de ese círculo de producción de sentido; generan discursos de orden social público, inciden en las conversaciones digitales de sus lectores y, recursivamente, en la construcción de sentidos comunes sobre esto. En un trabajo anterior, expresamos:

Los medios de comunicación y el periodismo inciden en la sociedad a través de la agenda de temas cotidianos, sociales, políticos, económicos y del tratamiento que realizan de los mismos, así también de los que omiten incluir en el debate público ciertos temas. (Hidalgo y Quiroga Gil, 2021, p. 77)⁷

⁶ CORAGGIO, J. L. (2008). *Economía Social, acción pública y política (Hay vida después del neoliberalismo)*. Segunda Edición. Buenos Aires, EDICIONES CICCUS.

⁷ HIDALGO, A. L. Y QUIROGA GIL, M. (2021). “Un observatorio como laboratorio. Primeras lecturas del Observatorio de Medios Digitales de San Luis (OMEDI-SL)”. *Entornos Digitales y Mundo VUCA*. Nueva Editorial Universitaria. San Luis.

Por tanto, los medios de comunicación son actores centrales en la dinámica democrática; su rol resulta clave en el ejercicio de los derechos ciudadanos. Sin embargo, su función no se agota en la mera transmisión de información. Como constructores de sentidos sociales, los medios de comunicación generan en el espacio público discursos que lejos de ser independientes, manifiestan algún tipo de vínculo, relación o interés inserto en relaciones de poder políticamente situadas.

Si bien existen diversos trabajos que sostienen que ninguna teoría por sí sola puede explicar la totalidad de la complejidad social (Andréu, Gil y McCombs, 2020; McCombs, 2006; Aruguete, 2015; Castillo, 2015; Tamayo y Carrillo, 2005; Dearing y Rogers, 1996; Charron, 1995; Dader, 1991), y a pesar de las múltiples reformulaciones que la Teoría de la Agenda Setting ha atravesado desde los años 70, es posible considerarla como una entrada de análisis para el caso propuesto a sabiendas de que su alcance no es totalitario.

En este marco, y considerando sus posibles efectos sobre la construcción de opinión pública, se requiere comprender a los medios desde una posición fundada frente a la lectura que hacemos de ellos y sus producciones, asumiendo para esto que se requiere de una visión crítica y reflexiva de sus contenidos.

De acuerdo con Aruguete (2009)⁸, la Agenda Setting propone detenerse en el análisis de las cuestiones o acerca de determinados temas (*issues*) sobre los cuales la ciudadanía piensa y forma opinión.

Para Shaw (1977), un “tema” es la “acumulación de [una] serie de acontecimientos relacionados que se involucran en el tratamiento periodístico y que se agrupan unidos en una categoría más amplia [...] Lang y Lang (1981) proponen diversas definiciones de este término: 1) son preocupaciones, cosas acerca de las cuales la gente está personalmente preocupada; 2) es la percepción de problemas considerados centrales para un país y sobre los que el gobierno debe hacer algo; 3) es la existencia de políticas alternativas entre las que la gente debe elegir; 4) es alguna controversia pública o 5) son razones o determinantes subyacentes a las divisiones políticas. (Aruguete, 2009, p. 13)

De esta manera, comprender los modos en que se presenta la “economía”, las dinámicas hegemónicas y actores que se construyen en torno a ella en un sistema mediático dominante en el que operan intereses y relaciones de poder, nos interpela acerca de las prácticas contrahegemónicas. Tal motivación, entre otras, han

⁸ ARUGUETE, N. (2009). “Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting”. [Versión electrónica]. *Ecos de la comunicación*. Vol. 2. Núm. 2. Recuperado de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf>

promovido a que indagemos sobre el principal tópico de interés de este estudio: la ESS y su (in)visibilización en medios digitales de la provincia de San Luis.

Siguiendo a Coraggio (2008), entendemos por Economía Social

[...] no tanto una realidad existente que se reproduce sobre sus propias bases o en articulación estructural relativamente autónoma con el resto del sistema económico, sino una propuesta transicional de prácticas económicas de acción transformadora, conscientes de la sociedad que quieren generar desde el interior de la economía mixta actualmente existente, en dirección a otra economía, otro sistema socioeconómico, organizado por el principio de la reproducción ampliada de la vida de todos los ciudadanos-trabajadores, en contraposición con el principio de la acumulación de capital (que requirió e instituyó como “naturales” instituciones tales como la propiedad privada y la cosificación y mercantilización de la fuerza de trabajo, de la tierra y del dinero, procesos que deberían ser al menos resignificados). (Coraggio, 2008, p. 37)

En esta línea de pensamiento, importa qué espacio se reservan para las noticias referidas a la ESS en los medios de comunicación digitales, y además que encuadre se hace de ellos. Puesto que

La realidad social está constituida por una multiplicidad de acontecimientos. No todos son susceptibles de acceder a la esfera pública y ser objeto de debate. Sólo cobran interés cuando afectan, delimitan el tiempo y organizan la experiencia de individuos o grupos (Molotch y Lester, 1974); cuando se convierten en cuestiones, se vuelven controversias públicas o fisuras políticas y, por ende, son percibidos por la población como preocupaciones que se deben abordar y resolver. (Aruguete, 2010, p. 117)⁹

De este modo, para generar una toma de posición de parte de los públicos respeto de las formas alternativas de producción, distribución, consumo y reproducción social que suponen las prácticas de la ESS en San Luis, Argentina, se requiere de su presencia en las agendas mediáticas que inciden en la discusión pública sobre estas.

Para que se cumplan estas condiciones, los medios de comunicación cumplen un papel clave: los hechos particulares alcanzan el estatuto

⁹ ARUGUETE, N. (2010). “Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de ENTEL”. *América Latina Hoy*. Vol. 54, pp. 113-137 Universidad de Salamanca Salamanca, España.

de acontecimiento público en la medida en que son promovidos por las instituciones informativas (Martínez, 1996). El por qué la gente centra su atención en determinados aspectos y no en otros se ubicó entre las preocupaciones de las primeras investigaciones en torno al concepto de framing, impulsadas desde el campo de la psicología y la sociología. Allí, estudiosos como Bateson (1972) y Goffman (1974) analizaron la construcción de la realidad en el lenguaje y en las interacciones personales, centrándose en el uso de la narrativa, los símbolos y los estereotipos en la presentación de los medios (Iyengar y Simon, 1993). Dos definiciones emblemáticas de framing, expresadas por Entman (1993) y Tankard (2001), fueron utilizadas como base teórica de diversos estudios empíricos en el campo de la comunicación. (Aruguete, 2010, p. 117)

Por tanto, el estudio de los encuadres que reciben los temas incluidos en los medios, amplía el alcance de las primeras versiones de la Agenda Setting en favor de considerar la interpretación que de un tema determinado se relata. Siguiendo a Entman¹⁰, los encuadres ofrecen modos acerca de pensar sobre un tema determinado. “Los encuadres noticiosos se construyen desde y se personifican en las palabras clave, metáforas, conceptos, símbolos e imágenes visuales enfatizadas en un texto noticioso” (Entman, 1991, p. 7).

A continuación, presentamos los alcances del OMEDI como proyecto y su metodología de trabajo.

3 ACERCA DEL OMEDI Y SUS MARCOS METODOLÓGICOS

Los objetivos del OMEDI consisten en monitorear, documentar, registrar y sistematizar datos sobre el tratamiento informativo de los medios de comunicación de la provincia de San Luis referidos a temáticas de abordaje puntuales. Durante el 2020 y 2021, los temas seleccionados fueron: COVID-19, Discapacidad, ESS, Género y Derechos Humanos. En el presente trabajo nos detendremos en las observaciones realizadas en torno a la categoría de ESS y su relación con los otros contenidos temáticos mencionados.

La pretensión de este trabajo es registrar la (in)visibilización de ciertos temas que permiten comprender otros modos de organizar las relaciones sociales de producción, distribución, consumo y reproducción social (Burkún y Spagnolo, 1987); en otras palabras, que permiten pensar en otras nociones de “lo económico”. Estas comprometen marcar otras pautas de desarrollo social que -aparentemente- son cada vez más escasos en la agenda de los medios. En esta ocasión, resulta de

¹⁰ ENTMAN, R. (1991). “Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents”. *Journal of Communication*, 41 (4): 6-27.

interés problematizar la visibilidad de la ESS en torno a la presencia/ausencia de noticias afines en tres medios digitales de la provincia de San Luis. Ellos son “El Diario de la República”,¹¹ “El Chorrillero”,¹² y “La Gaceta Digital”.¹³ Estos medios fueron seleccionados porque reúnen las siguientes condiciones que permiten validar la muestra: a) tienen redacción propia los siete días de la semana; b) están localizados en el Departamento Juan Martín de Pueyrredón de la provincia de San Luis, Argentina; c) al momento de realizar este estudio, contaban con más de cinco años de trabajo sostenido en el periodismo digital.¹⁴

El periodo de tiempo en el cual se realizó la primera etapa de observaciones fue desde el 19 de octubre al 2 de noviembre de 2020; el segundo se realizó desde el 7 hasta el 21 de junio de 2021, con el objetivo de recuperar la experiencia de la observación del año anterior y profundizar el trabajo proyectado en el Observatorio a partir de lecturas complementarias.

Se tomó como dispositivo de trabajo el análisis periódico de diferentes hechos noticiosos así como el tratamiento periodístico que reciben temas coyunturales en torno a los ejes temáticos propuestos en los medios monitoreados.

El OMEDI está pensado como un laboratorio de enseñanza-aprendizaje en la cual docentes y estudiantes participan de la toma de decisiones sobre la base de acuerdos compartidos desde su implementación. Se trabajó a partir de capacitaciones internas con profesionales de la comunicación que permitieron propiciar una formación en torno al dispositivo diseñado.

En este primer periodo del OMEDI, se abordaron los siguientes criterios operacionales: Origen de la noticia; Autoría; Tipo de fuente; Procedencia de la fuente; Vocabulario; Grado de comprensión de la noticia; Recursos multimediales; Interacciones web (cantidad); Reacciones de Facebook (cantidad); Comentarios de Facebook (cantidad); Compartido de Facebook (cantidad).

Dichos criterios, son algunos de los considerados relevantes por la teoría del *Framing* y *Agenda Setting*, las cuales permiten comprender qué temas son los destacados por las agendas de los medios y el tratamiento de los tópicos de interés público en los hacedores de políticas, en las noticias y en el público (Aruguette, 2017). Ambos enfoques se distinguen en aspectos teóricos, epistemológicos y metodológicos que no pueden soslayarse; sin embargo, sus aportes conceptuales son de gran utilidad y aportaron a esta propuesta de formación de modo complementario.

¹¹ “El Diario de la República” presentó su primer formato digital el 9 de enero del año 2000, conjugando la edición papel con la digital.

¹² En agosto de 2016, el medio periodístico “El Chorrillero” irrumpió en la oferta mediática de la provincia de San Luis. Su versión es exclusivamente digital.

¹³ Medio digital que se creó en la ciudad de San Luis en el año 2008.

¹⁴ Sólo se ha analizado la versión online.

A continuación, se explicitan las tipificaciones de las categorías mencionadas anteriormente en una codificación compartida por el equipo de trabajo.

- i) Título. Se transcribe el enunciado tal como aparece en el sitio web.
- ii) Fecha. Día de publicación de la noticia.
- iii) Hora. En caso de que el medio deje registrado en su sitio el momento en que la noticia fue publicada.
- iv) Temática. De acuerdo con el recorte propuesto, estas podrían ser: COVID-19, discapacidad, ESS, Género y Derechos Humanos.
- v) Origen de la noticia. Se considerarán sólo aquellas noticias que tengan en su construcción temática la referencia a la provincia de San Luis. Sobre la base de estas, se debe mencionar la localidad donde tiene lugar el hecho, pudiendo mencionarse hasta 2 de ellas. En caso de que se involucre a más de 2 localidades en el hecho, se sistematizó como “provincia de San Luis”.
- vi) Autoría. Se consigna si la nota es firmada por el periodista, sin firma, corresponsal enviado, nombre de la sección, nombre del medio, agencia, otros medios.
- vii) Tipo de fuentes mencionadas. Estas pueden ser oficiales, organizaciones sociales, ciudadanos, policiales, dirigentes políticos.
- viii) Procedencia de la fuente. Directa, otros medios, redes sociales, agencias.
- ix) Vocabulario. En caso de que la noticia emita juicios o apreciaciones de valor o no las incluya.
- x) Comprensión de la noticia. Alude a la adecuada contextualización en escala valorativa de (1-5) siendo 1 inexistencia de contexto y 5, excelente desarrollo del mismo (presencia del ¿qué? ¿quién? ¿cómo? ¿por qué? ¿para qué?).
- xi) Recursos multimediales. Explicitar la incorporación de foto, video, audios, redes, recursos embebidos, etiquetas.
- xii) Interacciones. Cantidad de interacciones en el sitio web del medio.
- xiii) Reacciones de Facebook. Cantidad de reacciones emitidas por los usuarios de Facebook en relación con esa noticia.
- xiv) Comentarios de Facebook. Cantidad de comentarios realizados por los usuarios de Facebook en relación con esa noticia.
- xv) Compartido de Facebook. Cantidad de veces que los usuarios de Facebook compartieron esa noticia.

La sistematización propiamente dicha, se trabajó en una plataforma en la nube que permitió facilitar el trabajo colaborativo del grupo de trabajo en tiempos de aislamiento.

4 PRESENCIAS/AUSENCIAS DE LA ESS EN LA AGENDA DE LOS MEDIOS DIGITALES DE SAN LUIS

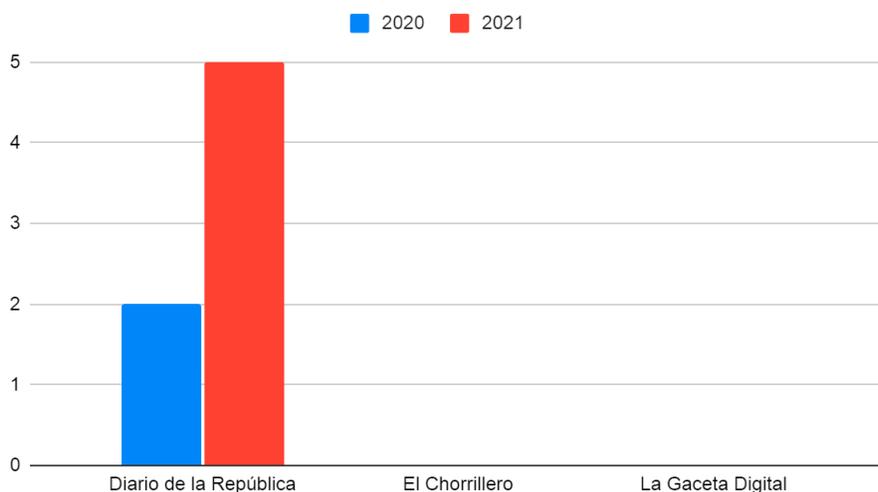
Desde el equipo del OMEDI hemos sistematizado en gráficos y tablas simples los datos obtenidos en los periodos de observación. Tales recursos han posibilitado la visualización de la información de manera clara y ordenada. A continuación, se detallan los que consideramos afines al presente estudio en función de los interrogantes planteados.

En “El Diario de la República”, en la primera quincena de observación (2020) se registraron 2 (dos) noticias en el eje de ESS. Con una nota por cada una de las semanas observadas, la presencia del tema en el medio es muy baja. Durante la segunda quincena de observación (2021), se evidenciaron 2 (dos) noticias en la primera semana y 3 (tres) en la segunda.

Por su parte, en “El Chorrillero” y “La Gaceta Digital”, tanto en la primera quincena de observación como en la segunda, se observó la ausencia de cobertura en temas relacionados a la ESS, ya que no se registraron noticias afines durante el tiempo de estudio. Esto es presentado en la tabla 1.

Tabla 1. Presencia de noticias con temáticas referidas a la ESS

Medios digitales	2020	2021
El Diario de la República	2	5
El Chorrillero	0	0
La Gaceta Digital	0	0

Gráfico N° 1 Presencia de noticias con temáticas referidas a la ESS

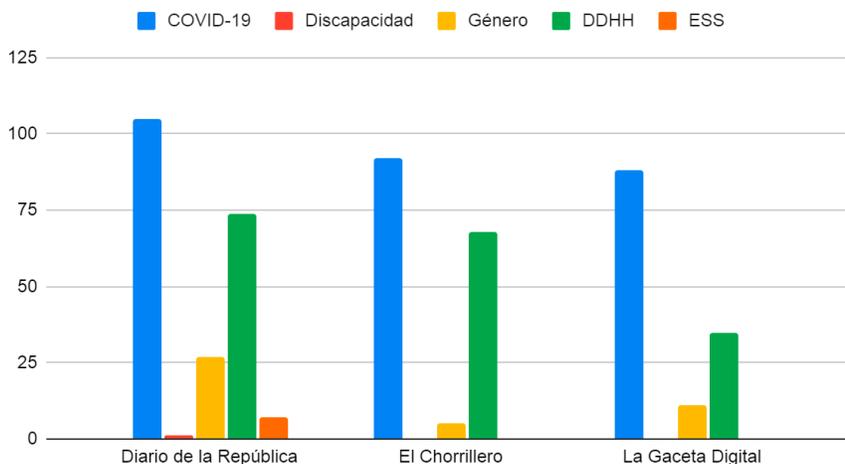
Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos en el OMEDI

Esta escasa presencia de la ESS en las agendas digitales de los medios de San Luis, puede ser contrastada con las otras temáticas que fueron relevadas por el OMEDI durante el 2020 y 2021. La tabla 2 muestra dicha dispersión.

Tabla 2. Cantidad de noticias por temáticas

Medios digitales	COVID-19	Discapacidad	Género	DDHH	ESS
El Diario de la República	105	1	27	74	7
El Chorrillero	92	0	5	68	0
La Gaceta Digital	88	0	11	35	0

Gráfico N° 2. Cantidad de noticias por temáticas



Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos en el OMEDI

Las agendas de los medios observados ponen en evidencia los intereses contruidos en torno a lo que es considerado noticiable por cada uno de ellos, al realizar una diferenciada preponderancia de algunos tópicos por sobre otros. De esta manera, se visualiza una mayor presencia de la categoría “COVID-19” seguida por “DDHH”, las cuales se posicionan con amplia diferencia por sobre “Género” que presenta una menor cantidad de noticias. Sin embargo, “Discapacidad” y “ESS” mantienen una muy baja visibilidad en los medios analizados.

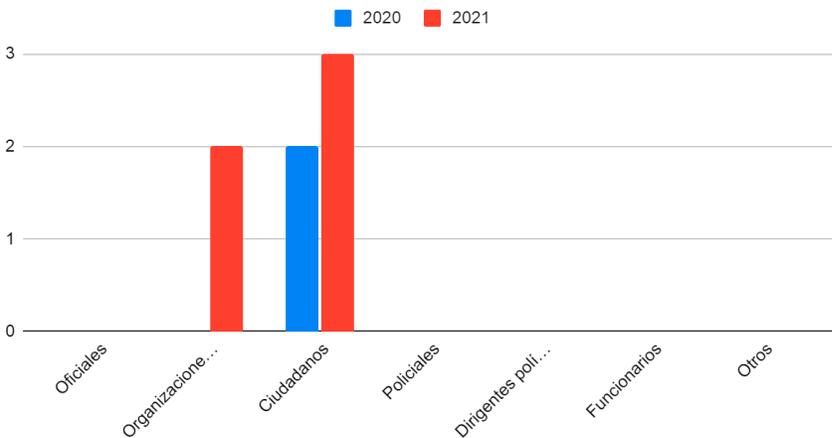
Sobre la escasa presencia de noticias con contenido de la ESS, el siguiente gráfico presenta las procedencias de las fuentes consultadas para construir el hecho noticioso. Cabe señalar que sólo se grafican los datos obtenidos de “El Diario de la República” ya que los otros medios no arrojaron resultados.

Tabla 3. Tipos de fuentes consultadas por El Diario de la República respecto de la ESS

Tipos de fuente consultadas	2020	2021
Oficiales	0	0
Organizaciones sociales	0	2
Ciudadanos	2	3
Policiales	0	0
Dirigentes políticos	0	0
Funcionarios	0	0
Otros	0	0

Las fuentes consultadas para construir los hechos noticiosos referidos a la ESS en El Diario de la República, no recurren a fuentes oficiales, funcionarios, policiales ni dirigentes políticos. Las mismas, sólo habilitan voces de las organizaciones sociales y de ciudadanos.

Gráfico N° 3. Tipos de fuentes consultadas por El Diario de la República respecto de la ESS



Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos en el OMEDI

En relación a los tipos de fuentes consultadas respecto de la ESS, se puede dar cuenta la recurrencia de la fuente “Ciudadanos” en la primera quincena de observación (2020) mientras que en la segunda (2021), se incorpora la voz de “Organizaciones Sociales” como segunda fuente más referenciada. Resulta interesante

tal sistematización debido a la importancia fundamental que tienen estos actores en la categoría de interés del presente trabajo. Esto es sistematizado en la tabla 3 y su correspondiente gráfico.

Al mismo tiempo, no se registró presencia de voces oficiales, ni funcionarios, ni dirigentes políticos. Un análisis posterior de este dato podría problematizar la presencia de la ESS en las agendas gubernamentales y públicas de San Luis; esto será objeto de otro trabajo.

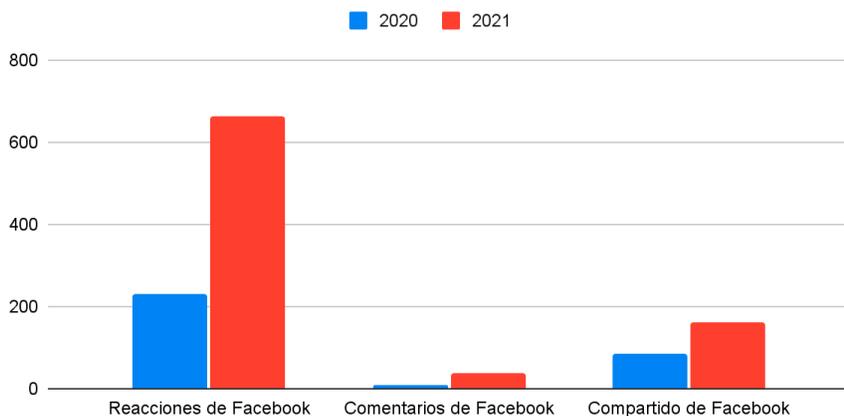
En relación con las autorías de las noticias con contenido de ESS, en todos los casos se pudo observar que corresponden a la redacción del medio; esto implica que el periodista o responsable de sección no inscribieron sus nombres en los contenidos publicados.

La tabla 4 sistematiza las interacciones que las noticias de ESS tuvieron en la red social “Facebook”. Cabe señalar que los medios seleccionados también tienen presencia en otras redes sociales, que no han sido consideradas en esta etapa de trabajo del OMEDI.

Tabla N° 4. Interacciones de las noticias con contenido de ESS en Facebook

Interacciones	2020	2021
Reacciones de Facebook	229	663
Comentarios de Facebook	9	37
Compartido de Facebook	85	162

Gráfico N° 4. Interacciones de las noticias con contenido de ESS en Facebook



Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos en el OMEDI

De acuerdo con las observaciones realizadas se puede afirmar, a nivel general, que hubo una mayor interacción en la red social Facebook durante el año 2021 en las noticias referidas a la ESS respecto al año anterior; esto responde a la cantidad de noticias relevadas de la categoría.

Las reacciones ocupan la mayor cantidad de interacciones, seguido por los compartidos. En último lugar se posicionan los comentarios, los cuales ocupan la menor presencia en el gráfico antes presentado.

Para complementar la lectura de estos datos, resulta relevante profundizar en la comprensión de los contenidos de las noticias en función de las reacciones que posibilitaron por parte de la ciudadanía. Este abordaje será realizado con posterioridad a este estudio.

5 CONCLUSIONES Y PRÓXIMAS LÍNEAS DE ESTUDIO

Este estudio conserva un importante aporte que nos permite pensar algunos de los condicionantes mediáticos que imponen las agendas digitales a los contenidos de la ESS. Su escasa presencia en los contenidos noticiosos, suponen aperturar diversas preguntas para seguir pensando en la posibilidad de otra institucionalidad de las relaciones sociales de lo económico; una que proponga otros valores que puedan ser visibilizados en el espacio público para atender a la legitimidad de estas prácticas. En el sentido de Coraggio¹⁵, quien sostiene que se aspira a una solidaridad sistémica que requiere a

[...] otro sistema económico, otros valores, otra institucionalidad”, agregamos, además, que se requiere de otra construcción discursiva y mediática capaz de visibilizar su importancia y la presencia del sector en los territorios. “Habilitarnos a imaginar, conceptualizar y efectivizar colectivamente un camino posible hacia otra economía requerirá, además de generar propuestas plausibles y lineamientos estratégicos con un horizonte menos inmediato, lidiar simbólicamente con la naturalización de la economía capitalista globalizada, cuyos defensores usan –entre otros recursos- el temor al caos para desalentar cualquier intento de contradecirla. (Coraggio. 2005, p. 1)

¹⁵ CORAGGIO, J. L. (2005). Versión revisada de la ponencia presentada en el panel “Cuestión social y políticas sociales: ¿políticas de emergencia o construcción de políticas estratégicas de carácter socioeconómico?”. II Congreso Nacional de Sociología, VI Jornadas de Sociología de la UBA, Pre ALAS 2005, Buenos Aires, 22/10/2004. Fue presentado como ponencia en el lanzamiento del Eje I “Economías Soberanas” del Foro Social Mundial, Porto Alegre, 26-31 de enero. Publicado como Volumen 3 de la Colección El Pequeño Libro Socialista, Editora La Vanguardia, Buenos Aires.

Por tanto, consideramos que comprender la presencia/ausencia de estos temas en las agendas de los medios digitales de San Luis, contribuye a interpelar la escasa visibilidad del sector en las agendas mediáticas y públicas. Como se pudo observar en este artículo, sólo uno de los tres medios analizados presentó temas de ESS en los períodos indicados. La cantidad de noticias no resulta significativa para realizar una comparación entre ambos años de análisis.

En relación con los otros tópicos analizados en este periodo inicial del OMEDI, visualizamos una presencia recurrente del tema COVID-19 que puede explicarse a partir del contexto socio sanitario que acompañó a este estudio durante el trabajo de campo. Sin embargo, resulta llamativo que, a pesar del contexto de crisis socio económica que implicó el aislamiento por la situación sanitaria, las organizaciones de la ESS en San Luis no constituyeron hechos noticiables. Esto acentúa aún más las relaciones de desigualdad que suponen estos colectivos en función de las agendas públicas en tiempos de pandemia. Un estudio posterior, debiera indagar en las medidas públicas que se implementaron con foco en estos grupos; a priori, podría indicarse que -en caso de haber existido- no fueron hechos noticiosos publicados por los principales medios digitales de la provincia.

La ausencia de fuentes oficiales o de funcionarios públicos para construir los escasos hechos noticiosos, también nos permiten comprender que las prácticas de la ESS en San Luis se presentan como voces autorizadas a la ciudadanía. Una vez más, esto refuerza la idea de la vacancia del sector de la ESS en las agendas públicas.

Entonces, reafirmamos lo fundamental que es desnaturalizar la concepción construida por los medios de comunicación en torno a la “economía”. Quizás esta haya sido la inquietud inicial a una serie de motivaciones que derivan en la preocupación por indagar sobre las noticias afines actuales, y la importancia de construirlas desde lugares críticos, fundados y situados por fuera de corrientes, aún imperantes, que insisten en matematizar/reducir sus fundamentos.

En función de lo expuesto, será preciso reconocer la construcción de sentido que nos interpela como profesionales de la comunicación sobre las prácticas periodísticas en torno a la ESS así como derribar determinados lugares comunes para afrontar la (desafiante) tarea de proponer agendas mediáticas y públicas contra-hegemónicas.

En consecuencia, es que nos planteamos posibles líneas de estudio posteriores que permitirán robustecer el análisis a partir de problematizar la relación de la academia con la “economía” así como los discursos sobre ella que legitimamos con nuestras prácticas.

6 BIBLIOGRAFÍA REFERENCIADA

- ARDÈVOL-ABREU, A.; GIL DE ZÚÑIGA, H.; MCCOMBS, M. (2020). “Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019)”. *Profesional de la Información*, V. 29, Núm. 4, pp. 1-23. e290414. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- ANDRÉU, J. (2012). “La descodificación de la agenda: Un modelo analítico para el conocimiento manifiesto y latente de la agenda pública”. *Intangible Capital*, Vol. 8, Núm. 3, pp. 520- 547.
- ARUGUETE, N. (2017). “Agenda Setting y Framing: Un debate teórico inconcluso”. *Más Poder Local*. Núm. 30, pp 36-42. ISSN: 2172-0223.
- ARUGUETE, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y públicos*. Biblos. Argentina.
- ARUGUETE, N. (2010). “Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de ENTEL”. *América Latina Hoy*. Vol. 54, pp. 113-137 Universidad de Salamanca Salamanca, España
- ARUGUETE, N. (2009). “Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting”. [Versión electrónica]. *Ecos de la comunicación*. Vol. 2. Núm. 2. Recuperado de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf>
- BURKÚN, M. Y SPAGNOLO, A. (1987). *Nociones de Economía Política*. Zavalia Editores. Argentina.
- CASTILLO, Y. (2015). *El mundo agendado. Influencia de las condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda de temas internacionales* [Tesis de licenciatura]. Universidad de Oriente, Cuba.
- CASTILLO SALINA, Y., MUÑIZ ZÚÑIGA, V. y MARTÍNEZ TENA, A. (2021). “La teoría de la Agenda Setting. Crítica epistemológica y profundización cualitativa a partir de un estudio antropológico”. *Perspectivas de la comunicación*. Vol. 14. Núm. 1, pp. 231-272. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672021000100231>
- CHARRON, J. (1995): “Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de Agenda Setting”, en G. Gauthier, A. Gosselin & J. Mauchon, *Comunicación y Política*. Gedisa, Barcelona.
- COHEN, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton (NJ), Princeton University Press.
- CORAGGIO, J. L. (2005). Versión revisada de la ponencia presentada en el panel “Cuestión social y políticas sociales: ¿políticas de emergencia o construcción de políticas estratégicas de carácter socioeconómico?”. II Congreso Nacional de Sociología, VI Jornadas de Sociología de la UBA, Pre ALAS 2005, Buenos Aires, 22/10/2004. Fue presentado como ponencia en el lanzamiento del Eje I “Economías Soberanas” del Foro Social Mundial, Porto Alegre, 26-31 de enero. Publicado como Volumen 3 de la Colección El Pequeño Libro Socialista, Editora La Vanguardia, Buenos Aires.
- CORAGGIO, J. L. (2008). *Economía Social, acción pública y política (Hay vida después del neoliberalismo)*. Segunda Edición. EDICIONES CICCUS, Buenos Aires.
- DADER, J. L. (1991). *La canalización o fijación de la “agenda” por los medios. Opinión pública y comunicación política*. Eudema Universidad. España.
- DEARING, J. W. & ROGERS, E. (1996). *Agenda-setting*. Vol. 6. Sage publications. Estados Unidos

- ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES (2017). Sistema de Información Cultural de la Argentina, Ministerio de Cultura de la Nación. Argentina.
- ENTMAN, R. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*, Vol. 43, Núm. 4, pp. 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- ENTMAN, R. (1991). "Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents". *Journal of Communication*, Vol. 41, Núm. 4, pp. 6-27.
- HIDALGO, A. L. Y QUIROGA GIL, M. (2021). "Un observatorio como laboratorio. Primeras lecturas del Observatorio de Medios Digitales de San Luis (OMEDI-SL)". *Entornos Digitales y Mundo VUCA*. Nueva Editorial Universitaria. San Luis.
- KAHNEMAN, D. (2011). "Thinking, Fast and Slow". Farrar, Straus and Giroux. Nueva York
- MCCOMBS, M. E, SHAW, D. L., & WEAVER, D. H. (2014). "New directions in agendasetting theory and research". *Mass communication and society*. Vol. 17. Núm. 6, pp. 781 -802.
- MCCOMBS, M. E. & SHAW, D. L. (1972). "The agenda setting function of mass media". *Public Opinion Quarterly*. Vol. 36, Núm. 2, pp. 176-187.
- MCCOMBS, M. E. & VALENZUELA, S. (2014). "Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions". *Oxford handbooks online*. Estados Unidos. 10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.48
- MCCOMBS, M. E. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós. Barcelona
- NELSON, T. (2011). "Issue Framing". *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*, pp. 189–203. Oxford University Press. Nueva York.
- NOVAK, A. Y HAKENAN, E. (2014). "Social Media and Framing Theory". *Encyclopedia of Social Media and Politics*, Vol. 2, pp. 544–545. Thousand Oaks, CA: Sage
- SCHEUFELE, D. y NISBET, M. (2008). "Framing". *Encyclopedia of Political Communication*, Vol. 1, pp. 254–257. Thousand Oaks, CA: Sage
- TAGINA, M. L Y DELLE DONNE, F. (2022). "El framing de la economía en la prensa local de Argentina: Explicando el sesgo pro gobierno". *Latin American Research Review*, Vol. 57, Issue 2, June 2022, pp. 388 - 407. DOI: <https://doi.org/10.1017/lar.2022.31>
- TAMAYO, M. & CARRILLO, E. (2005). "La formación de la agenda pública". *Foro Internacional*, Vol. XLV, Núm. 4, pp. 658-681.