



ESTEBAN ANDRES ZUNINO

DOCTOR EN CIENCIAS  
SOCIALES Y HUMANAS



[zunino\\_e@ort.edu.uy](mailto:zunino_e@ort.edu.uy)

<https://www.linkedin.com/in/esteban-zunino-a1aa1726>

Benito Blanco 1265  
5492616467552

**SNI**

Ciencias Sociales / Comunic  
ación y Medios

Categorización actual: Nivel  
I (Activo)

Fecha de publicación: 09/03/2026  
Última actualización: 02/09/2024

## Datos Generales

### INSTITUCIÓN PRINCIPAL

Universidad ORT Uruguay/ Facultad de Comunicación y Diseño / Uruguay

### DIRECCIÓN INSTITUCIONAL

Institución: Universidad ORT Uruguay / Facultad de Comunicación y Diseño / Sector Educación Superior/Privado

Dirección: Av. Uruguay 1185 / 11100

País: Uruguay / Montevideo / Montevideo

Teléfono: 29021505

Correo electrónico/Sitio Web: [zunino\\_e@ort.edu.uy](mailto:zunino_e@ort.edu.uy) <https://fcd.ort.edu.uy/>

## Formación

### Formación académica

#### CONCLUIDA

#### DOCTORADO

##### Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas (2010 - 2016)

Universidad Nacional de Quilmes, Departamento de Ciencias Sociales , Argentina  
Título de la disertación/tesis/defensa: 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

Tutor/es: Martín Becerra

Descripción del título obtenido: Doctor en Ciencias Sociales y Humanas

Obtención del título: 2016

Sitio web de la disertación/tesis/defensa:

[https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/840/TD\\_2016\\_zunino\\_009.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/840/TD_2016_zunino_009.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Financiación:

CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTIFICAS Y TECNICAS (CONICET) , Argentina

Palabras Clave: MEDIOS POLÍTICA AGENDAS

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Comunicación y Medios / Comunicación y Medios / Medios y opinión pública

#### MAESTRÍA

##### Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades (2011 - 2014)

Universidad Nacional de Quilmes, Departamento de Ciencias Sociales , Argentina  
Título de la disertación/tesis/defensa: La cobertura mediática del conflicto ?campo ? gobierno? de 2008 en Argentina. Un estudio comparativo del tratamiento informativo de la prensa gráfica sobre el proceso de implementación de la Resolución 125/08

Tutor/es: Natalia Aruguete

Descripción del título obtenido: Magister en Ciencias Sociales y Humanidades

Obtención del título: 2014

Sitio web de la disertación/tesis/defensa: <https://ridaa.unq.edu.ar/>

Palabras Clave: AGENDA MEDIOS POLÍTICA COMUNICACIÓN

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Comunicación y Medios / Comunicación y Medios / CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

## ESPECIALIZACIÓN/PERFECCIONAMIENTO

### **Especialización en Derechos Humanos y Estudios Críticos del Derecho (2017 - 2018)**

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) , Argentina

Título de la disertación/tesis/defensa: La construcción mediática de la ?inseguridad? en la prensa argentina

Descripción del título obtenido: ESPECIALISTA EN DERECHOS HUMANOS Y ESTUDIOS CRÍTICOS DEL DERECHO

Obtención del título: 2018

Palabras Clave: MEDIOS DERECHOS HUMANOS DELITO

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Comunicación y Medios / Comunicación de Medios y Socio-cultural /

## GRADO

### **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social (2000 - 2010)**

Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Facultad de Ciencias Sociales , Argentina

Título de la disertación/tesis/defensa: La cobertura mediática de la Resolución 125 en Clarín: Un análisis sobre el tratamiento informativo durante 128 días de crisis

Tutor/es: Natalia Aruguete

Descripción del título obtenido: Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social

Obtención del título: 2010

Palabras Clave: COMUNICACIÓN DIARIOS AGENDAS POLÍTICA

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Comunicación y Medios / Comunicación y Medios / CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

## Formación complementaria

### CONCLUIDA

## POSDOCTORADOS

### **Programa de Posdoctorado 2017 del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba "Ciencias sociales: balance y perspectivas" (2017 - 2017)**

Sector Extranjero/Internacional/Otros / Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba , Argentina

Financiación:

CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS (CONICET) , Argentina

Palabras Clave: COMUNICACIÓN MEDIOS DELITO AGENDAS SEGURIDAD

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Comunicación y Medios / Comunicación de Medios y Socio-cultural /

Ciencias Sociales / Comunicación y Medios / Comunicación de Medios y Socio-cultural /

COMUNICACIÓN Y MEDIOS

## Idiomas

### Inglés

Entiende muy bien / Habla muy bien / Lee muy bien / Escribe muy bien

Oxford College Certificate

## Áreas de actuación

### CIENCIAS SOCIALES

Comunicación y Medios / Comunicación de Medios y Socio-cultural / Ciencias de la Comunicación

## Actuación profesional

SECTOR EDUCACIÓN SUPERIOR/PRIVADO - UNIVERSIDAD ORT URUGUAY - URUGUAY

# Facultad de Comunicación y Diseño / ESCUELA DE COMUNICACIÓN

## VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

### Otro (10/2023 - a la fecha) Trabajo relevante

VICEDECANO ACADÉMICO 44 horas semanales / Dedicación total  
Vicedecano Académico de la Escuela de Comunicación a partir del 01/02/24

### SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA

Universidad Nacional de Jujuy / Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

## VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

### Profesor visitante (03/2020 - a la fecha)

Profesor de la Maestría Problemáticas Contemporáneas de la Comunicación 4 horas semanales  
Profesor del curso "Medios, mediaciones y mediatizaciones"

### SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA

CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTIFICAS Y TECNICAS (CONICET) / INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y AMBIENTALES

## VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

### Funcionario/Empleado (10/2018 - a la fecha) Trabajo relevante

INVESTIGADOR ADJUNTO 40 horas semanales  
INVESTIGADOR ADJUNTO DEL CONICET (ARGENTINA)

## ACTIVIDADES

### PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

#### Las desigualdades en el circuito informativo digital argentino: prácticas periodísticas, noticias y públicos (02/2022 - a la fecha)

El conjunto de problemas económicos, sociales, culturales y políticos que acarrió la Covid-19 en nuestro país no necesariamente inició una etapa nueva sino que aceleró y profundizó una dinámica de desigualdades socioeconómicas macroestructurales (Grimson & Karasik, 2017; Reygadas, 2008). En este escenario, los medios de comunicación se presentan como actores fundamentales por varios motivos. En primer lugar, porque las actividades que involucran producción, circulación y consumo de noticias impactan en el ejercicio democrático (Casero-Ripollés, 2020), ya que de su producción informativa depende, en buena medida, el acceso a la información pública por parte de la ciudadanía (Habermas, 2006). La concentración estructural del sector (Becerra & Mastrini, 2009a; 2009b; 2017a; 2017b; 2017c) condiciona tanto la diversidad cuanto la pluralidad de actores y perspectivas. En segundo lugar, porque en ese ámbito se han cristalizado las lógicas de precarización de las condiciones laborales, atravesadas a su vez por dinámicas de desigualdades internas. Entre ellas, se destacan las de género, como la dificultad de las mujeres periodistas para conciliar vida laboral y privada en relación con sus colegas varones (Vega Montiel, et al., 2020). En tercer lugar, porque evidencia inequidades de distinto orden en el uso, consumo y recepción de noticias, que expresan no solo el acceso desigual a dispositivos y conexiones sino, además, la heterogeneidad socio-cultural de quienes interactúan con los discursos de la información. En ese escenario, la exposición incidental (Gil de Zúñiga, Weeks & Ardèvol-Abreu, 2017; Mitchelstein & Boczkowski, 2017) a mecanismos de sobreinformación característicos del ecosistema infocomunicacional híbrido redundan en un caos informativo (Waisbord, 2018), con consecuencias solo en apariencia paradójicas: si bien los portales digitales asociados a marcas con historia y prestigio se consolidaron al tope de las preferencias informativas en el contexto de la pandemia por Covid-19 (Casero-Ripollés, 2020; Masip, et al., 2020; Muñiz, 2020; Salaverría, et al., 2020), el

despliegue de las estrategias de desinformación que el proceso habilitó se inscribe en un contexto de desconfianza ciudadana en los medios de comunicación (Newman, Fletcher, Schulz, Andi & Nielsen, 2020). Las desigualdades mencionadas, en definitiva, se expresan en una brecha entre ciudadanos informados y desinformados ¿desequilibrio que afecta el principio ideal de igualdad intrínseca, pilar de la calidad democrática (Dahl, 2006)?, así como en la representación que las noticias hacen de distintos grupos sociodemográficos. Concretamente, personas que viven fuera del Área Metropolitana de Buenos Aires; ciudadanos que se encuentran bajo la línea de pobreza; mujeres y minorías sexuales; y, sobre todo, pueblos originarios y migrantes, aparecen menos en las noticias como protagonistas y como fuentes, y, cuando son representados, suelen ser estigmatizados (Trentini, Valverde, Radovich, Berón & Balazote, 2010; Kessler, 2012). El presente proyecto propone una investigación sistemática de las manifestaciones de las desigualdades problematizadas que quedan plasmadas en el proceso de producción informativa, en los contenidos publicados y en el uso, consumo y recepción de medios digitales de diferentes escalas, estructuras de propiedad y regiones (AMBA, Norte, CUYO, Pampeana y Patagonia). En relación con ello, se parte de la premisa de que los requisitos de equidad, diversidad y pluralismo son factores constitutivos de la calidad informativa, insumo básico para el pleno ejercicio del derecho humano a la comunicació

20 horas semanales

CONICET / Universidad Nacional de Quilmes, Departamento de Ciencias Sociales

Investigación

Coordinador o Responsable

En Marcha

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:5

Maestría/Magister:4

Maestría/Magister prof:3

Doctorado:5

Financiación:

CONSEJO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTIFICAS Y TECNICAS (CONICET),

Argentina, Apoyo financiero

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Palabras clave: Desigualdad Medios digitales Estructura Rutinas Contenidos Recepción

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Comunicación y Medios / Comunicación y Medios / COMUNICACIÓN SOCIAL

## SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA

Universidad Nacional de Cuyo / FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

### VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

#### **Funcionario/Empleado (10/2018 - a la fecha)** Trabajo relevante

JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICOS 40 horas semanales / Dedicación total

JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICOS EN INTRODUCCIÓN A LOS PROBLEMAS DE LA COMUNICACIÓN Y TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II. EN USO DE LICENCIA POR CARGO DE MAYOR JERARQUÍA A PARTIR DEL 1/2/24

### ACTIVIDADES

#### PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

##### **Observatorio de medios y comunicación (08/2019 - a la fecha)**

El objetivo general del proyecto es analizar las agendas informativas de los principales medios online del país y las rutinas productivas a partir de las cuales estas se generan. La tarea planificada es la continuidad de la que se realizó en el ámbito de la Universidad Juan Agustín Maza y en la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social durante los últimos cuatro años. En ese sentido, se plantea un objetivo específico orientado a darle continuidad al trabajo previo y otro que apunta a dotar de mayor alcance a la nueva investigación. En relación con el primero, se pretende analizar la evolución de las agendas informativas de diez medios digitales de los principales conglomerados urbanos del país (AMBA, Córdoba, Rosario y Mendoza). En relación con el segundo, se propone desarrollar y aplicar una matriz de análisis orientada a la investigación, en los mismos medios, de casos de alto impacto. Uno de esos casos será ¿elecciones presidenciales 2019?.En

función de los objetivos propuestos se desarrollará una estrategia metodológica basada en la articulación del análisis de contenido cuantitativo con técnicas cualitativas como entrevistas en profundidad a trabajadores de prensa y observación participante en las redacciones. El proyecto ancla teóricamente en las perspectivas de la Agenda Setting, y el Framing, para el estudio de los contenidos mediáticos; y la Sociología de las Redacciones y el Newsmaking para el análisis de las rutinas productivas. Los resultados esperados apuntan a: 1) sostener de manera sistemática el estudio de la evolución de las agendas mediáticas digitales que se ha constituido en una referencia académica nacional; 2) incorporar al análisis general de las agendas estudios de caso que doten de mayor profundidad e impacto al trabajo previo; y 3) avanzar en la investigación sobre los procesos de trabajo en las redacciones, tanto en momentos rutinarios como en el transcurso de coberturas de casos conmocionantes.

10 horas semanales

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

Investigación

Coordinador o Responsable

En Marcha

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:1

Maestría/Magister:2

Maestría/Magister prof:2

Doctorado:2

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , ANTONELLA ARCANGELETTI , BIANCA CECCHINI MURÚA , MARÍA JOSÉ TELLO

Palabras clave: OBSERVATORIO MEDIOS AGENDAS CONTENIDOS RUTINAS

**Observatorio de medios, género y delito: Narrativas periodísticas, tramas discursivas y construcciones de sentido en los medios de comunicación mendocinos (10/2018 - 08/2019 )**

La investigación se centrará en la realización de una revisión conceptual de las diferentes dimensiones implicadas en el estudio: género, delito, narrativas periodísticas, construcciones de sentido, economía política de los medios, aculturación. La pesquisa atenderá a un doble registro: por una parte a la imbricación medios de comunicación/cultura/sociedad; por la otra, el seguimiento de narrativas periodísticas que serán analizadas bajo el marco teórico metodológico del análisis crítico y social del discurso y un observatorio de medios. En esta oportunidad, los medios seleccionados para el abordaje son los canales 9 y 7 y los periódicos Los Andes y UNO de Mendoza. La metodología de estudio combina un acercamiento cuantitativo y un análisis cualitativo más profundo, guiada por las herramientas provenientes del análisis del discurso desde perspectivas críticas y desde la sociosemiótica de Eliseo Verón para el caso de los temas urgentes de la agenda de género (aborto, derechos sexuales y reproductivos, prostitución, trata, violencia y femicidios). Para el relevo de la cobertura de delitos de inseguridad la metodología estará centrada en análisis del contenido desde una visión cuanti y cualitativa. Desde estas perspectivas que consideramos complementarias, la economía política de la comunicación y la cultura aportará un insumo imprescindible para un análisis del contexto que permita conclusiones plausibles.

10 horas semanales

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Investigación

Integrante del Equipo

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:2

Doctorado:2

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , VALERIA FERNÁNDEZ HASAN , SOLEDAD GIL , FABIANA GRASSELLI , MILAGROS MARTÍN

Palabras clave: OBSERVATORIO MEDIOS GÉNERO DELITO

**DOCENCIA**

**Doctorado en Ciencias Sociales (09/2021 - 12/2021 )**

Doctorado

Responsable

**SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - CHILE**

Universidad de la Frontera / DOCTORADO EN COMUNICACIÓN

## VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

### Profesor visitante (03/2018 - a la fecha)

Profesor del Doctorado en Comunicación 2 horas semanales

Profesor del Doctorado en Comunicación / investigación / Formación de RRHH

## ACTIVIDADES

### PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

#### **El proyecto civilizatorio en la industria cultural de América Latina. Fundamentos ideológicos, encuadres y estrategias de enemización, en los siglos XIX, XX y XXI. Los casos de Chile, Argentina, Perú y Colombia (05/2022 - a la fecha)**

El objetivo general de la investigación es ¿Conocer el rol de la industria cultural en la producción y reproducción del indígena, como enemigo íntimo del proyecto civilizatorio, del progreso y del desarrollo; desde la segunda mitad del siglo XIX, en América Latina (Colombia, Perú, Chile y Argentina)?; en tanto los objetivos específicos son: (1) ¿Identificar los modos y estrategias de producción y reproducción del indígena como enemigo íntimo del proyecto civilizatorio, del progreso y del desarrollo, a través de la industria cultural; durante la segunda mitad del siglo XIX, en América Latina (Colombia, Perú, Chile y Argentina)?; (2) ¿Identificar los modos y estrategias de producción y reproducción del indígena como enemigo íntimo del proyecto civilizatorio, del progreso y del desarrollo, a través de la industria cultural; durante el siglo XX, en América Latina (Colombia, Perú, Chile y Argentina)?; (3) ¿Identificar los nuevos modos y estrategias de producción y reproducción del indígena como enemigo íntimo del proyecto civilizatorio, del progreso y del desarrollo, a través de la industria cultural; durante el siglo XXI, en América Latina (Colombia, Perú, Chile y Argentina)?; y (4) ¿Identificar las continuidades y cambios en los modos y estrategias de producción y reproducción del indígena como enemigo íntimo del proyecto civilizatorio, del progreso y del desarrollo, en la industria cultural; entre la segunda mitad del siglo XIX y el siglo XXI, en América Latina (Colombia, Perú, Chile y Argentina)?.

Lo anterior, sobre la base de dos supuestos principales, a saber, (1) ¿Existe una matriz civilizatoria común a los estados nacionales de América Latina, que consiste en una visión del indígena como enemigo íntimo del proyecto civilizatorio, de las ideas de progreso y de desarrollo, desde la segunda mitad del siglo XIX?; y (2) ¿Los modos y las estrategias de producción y reproducción del indígena a partir de esta matriz civilizatoria han variado de acuerdo al contexto socio-cultural y económico-político y las transformaciones de la industria cultural?.

Para el análisis de los corpus, se empleará dos (2) técnicas: (1) Análisis del framing, para el caso del corpus de noticias, especialmente en lo referido a: (a) el acontecimiento, (b) la atribución de responsabilidad sobre el acontecimiento, y (c) el standing o acreditación de las fuentes; y (2) Análisis argumental del contenido del discurso, para el caso de los corpus de cine, literatura y música, considerando especialmente las dimensiones de: (a) acontecimiento, (b) tópicos, (c) objeto del discurso, (d) argumentos, y (e) mapas ideológicos. Se incorporarán categorías previamente desarrolladas. Finalmente, se espera en lo principal lograr comprender con mayor profundidad cómo los diferentes discursos (periodísticos, literarios, cinematográficos y musicales) forman parte de un modo de producción más amplio, cuyas estrategias tienen un carácter histórico (siglos XIX, XX y XXI), institucional (presencia del estado-nación y sus instituciones, participación de la industria cultural) y territorial (territorios de los estados-nacionales

6 horas semanales

DOCTORADO EN COMUNICACIÓN

Investigación

Integrante del Equipo

En Marcha

RRHH formados en el proyecto:

Doctorado:6

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , CARLOS DEL VALLE ROJAS (Responsable) , RODRIGO BROWNE , RUBÉN SANCHEZ , FRANCISCA SILVA , ALEJANDRA CEBRELLI , PABLO BILYC , FRANCISCO SIERRA

Palabras clave: ENEMIZACIÓN CIVILIZACIÓN CULTURA MEDIOS

#### **Converging Horizons: Production, Mediation, Reception and Effects of Representations of Marginality (12/2018 - 12/2021 )**

Horizontes Convergentes: producción, mediatización, recepción y efectos de representaciones culturales de la marginalidad. El presente proyecto reúne expertos en el campo de los estudios de marginalidad de Chile, Argentina, Brazil, España y de los Países Bajos para concentrar y sintetizar sus esfuerzos investigativos alrededor de la pregunta central: ¿cómo influyen las representaciones culturales de la marginalidad en la construcción que grupos marginados hacen sobre fenómenos

como la justicia, la sujeción criminal y las relaciones interhumanas? Esa pregunta se articula en el contexto de varios fenómenos relacionados con el auge en la marginalización masiva de las últimas décadas: el desarrollo de hiperghetto y el ? boom carcelario? global y latinoamericano (Wacquant 2013, Rodríguez et al 2015), la migración masiva, (Cortés Castellanos, 2006; Jopia Zavala y Labbé Céspedes, 2016 y Pombo, 2017), el auge del precariado (Standing 2011) y conflictos alrededor de comunidades étnicas, de género o de orientación sexual (Lagarde, 1990; del Valle; Browne y Flores, 2017; Browne & Inzunza, 2016; Browne, Ortiz de Zárate y Hurtado, 2015; Browne, 2012; Maldonado, 2017a, 2017b). La investigación se enfoca en distintos fenómenos de la representación de la marginalidad: como son la sujeción criminal, la empatía entre grupos marginados y la sociedad, y la manifestación cultural de la justicia. Enfocará la producción, mediatización, los efectos y la recepción de tales representaciones por parte de actores marginados como: comunidades carcelarias, grupos étnicos, grupos inmigrantes y grupos LGTBQIA. Prestará atención particular a la materialidad y el consumo de dispositivos enmarcados dentro de la industria cultural como: la literatura, la prensa, la radio, la televisión (ficción e informativos) y la novela gráfica. Las representaciones que produce la industria cultural sobre diversos aspectos de la experiencia de grupos marginados, se legitiman por instituciones como: la ciencia, la política, la interpretación histórica o la Ley, sin considerar la visión que los propios grupos representados construyen sobre sí mismos, sobre su propia identidad y sobre otro tipo de fenómenos como la justicia, la empatía o la identidad criminal. Esto, produce distancias entre el discurso mediático, académico, histórico, político o jurídico, y la realidad de los espacios y experiencias generadas por grupos considerados como una otredad cultural. El presente proyecto tiene como objetivo principal reducir esta distancia en base a estudios empíricos de la experiencia marginada. Dada la escasez de estudios empíricos sobre los efectos de representaciones desde la propia voz de grupos marginados, así como sobre la influencia que tiene la industria cultural en estos grupos, cobra sentido un esfuerzo coordinado para llevar a cabo un estudio transnacional e interdisciplinario de la variedad de procesos de la representación cultural de la marginalidad que permita observar las conexiones, anclajes, fricciones y/o rupturas que se dan a raíz del consumo cultural en grupos considerados como otredad.

6 horas semanales

DOCTORADO EN COMUNICACIÓN

Investigación

Integrante del Equipo

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Doctorado:6

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , CARLOS DEL VALLE , MARIANELA DE NEGRI CORIA ,

RUBÉN SANCHEZ , FRANCISCA SILVA LAYERA , EDUARDO BROWN , PABLO BILYC

Palabras clave: MEDIOS MARGINALIDAD RECEPCIÓN EFECTOS

## **DOCENCIA**

### **Doctorado en Comunicación (05/2022 - 05/2022 )**

Doctorado

Responsable

### **Doctorado en Comunicación (07/2019 - 07/2019 )**

Doctorado

Responsable

### **Doctorado en Comunicación (11/2018 - 12/2018 )**

Doctorado

Responsable

## **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA**

Universidad Nacional de Quilmes / DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

## **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

### **Otro (04/2011 - a la fecha)**

INVESTIGADOR 40 horas semanales / Dedicación total

INVESTIGADOR

### PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

#### **Las desigualdades en el circuito informativo digital argentino: prácticas periodísticas, noticias y públicos (12/2021 - a la fecha)**

El proyecto que se presenta tiene por objetivo general analizar el tratamiento informativo de la pandemia por Covid-19 y el proceso productivo de las noticias referidas al tema en los principales medios digitales del AMBA y de Mendoza. En términos específicos se procura establecer cuál es la relevancia relativa del asunto en las agendas mediáticas, qué tipo de encuadres predominan en la información sobre el tema, cuáles son las fuentes de información con mayor presencia en los medios y de qué modo el aislamiento social y la excepcionalidad del contexto repercute sobre el proceso productivo de la información en las redacciones. Con ese fin, se realizará un análisis de contenido cuantitativo sobre las noticias de portada (primer y segundo scroll) de los principales diarios digitales del AMBA, Clarín, La Nación e Infobae; y de Mendoza, Los Andes y UNO, recolectadas en un corte diario (9 hs.) durante el año 2019. En el análisis se prestará especial atención al período de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) decretado por el PEN el 20 de marzo de 2020. En tanto, para el estudio de las redacciones se propone un abordaje cualitativo etnográfico basado en entrevistas en profundidad a partir de cuestionarios semiestructurados con trabajadores de prensa y observación in situ. La base conceptual del trabajo empírico-analítico serán las teorías de la Agenda Setting, el Framing, el Indexing, la Economía Política de la Comunicación y la Sociología de las redacciones.

10 horas semanales

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Investigación

Coordinador o Responsable

En Marcha

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:3

Maestría/Magister:4

Maestría/Magister prof:4

Doctorado:6

Financiación:

CONICET, Argentina, Apoyo financiero

Agencia de Promoción de la Ciencia y la Tecnología, Argentina, Apoyo financiero

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO (Responsable), NATALIA ARUGUETE (Responsable), BRENDA FOCÁS, LORENA RETEGUI, ORNELA CARBONI, EUGENIA MITCHELSTEIN, MARTÍN BECERRA, ROCÍO PEREYRA, EXEQUIEL ALONZO, LUIS SANDOVAL, DANIEL PICHL, Adriana Laura VIETA DELGADO, FRANCISCO ARRI, ANTONELLA ARCANGELETTI, BIANCA CECCHINI, MARÍA JOSÉ TELLO, MÓNICA COHEDOZ, SANDRA POLISZUK UNISONI, PAOLA INGRASSIA, NADIA KOZINER, SOFÍA SANCHEZ, LAURA ROSEMBERG, NATALÍ SCHEJTMAN

Palabras clave: DESIGUALDAD MEDIOS INFORMACIÓN AUDIENCIAS

#### **Industrias culturales, medios y políticas de comunicación en la convergencia en Argentina. (05/2019 - a la fecha)**

El Programa "Industrias culturales y políticas de comunicación en la Argentina" se inscribe en una línea de investigación consolidada en la Universidad Nacional de Quilmes en el ámbito de las políticas y la economía política de la comunicación y la cultura. La perspectiva conceptual que orienta los proyectos que conforman el Programa es que las transformaciones en curso en el campo de la cultura y la comunicación dan cuenta de constituciones mutuas entre los procesos industrializados de la producción cultural e informacional, por un lado, y la estructura económica y el tipo de formación social por el otro. Esa relación produce regulaciones a cuyo examen el Programa procede. De estas regulaciones, las normas legales son una de las cristalizaciones visibles y, por consiguiente, se convierten en uno de los objetos de indagación del Programa. Sin embargo, las normas legales no son la única regulación del sector, toda vez que existen igualmente determinaciones de carácter económico, político, social y cultural que son medulares para la evolución de las industrias culturales (en particular, del sector de medios de comunicación). Por lo tanto, el Programa propone integrar en su marco conceptual y metodológico procesos que superan el marco estrictamente legal. A su vez, en los proyectos del Programa se entiende a la convergencia como un proceso en curso que combina factores sociales, tecnológicos, económicos y políticos. En este sentido, se pueden identificar distintos niveles de convergencia, dados por la integración de los soportes (convergencia tecnológica), las alianzas fusiones entre actores de la industria (convergencia económica) y el diseño de nuevas reglamentaciones (convergencia regulatoria) (Becerra, 2000). Si bien se han observado numerosos avances tecnológicos y económicos hacia la

convergencia entre sectores, aún queda un largo trecho para alcanzar una convergencia plena en términos regulatorios. Entre los obstáculos para construir una regulación unificada se advierte la complejidad del objeto a regular, la existencia de diferentes modelos económico-productivos, la convivencia de principios regulatorios divergentes entre industrias culturales y telecomunicaciones y la consecuente dificultad para instituir un órgano regulador que pueda dar cuenta de la convergencia (Zallo, 2011; Becerra, 2012). La producción del Programa sintetiza, a través de una consolidada y prolífica actividad investigadora, el abordaje teórico y la producción de avances en el marco de la convergencia de las industrias culturales y las políticas de comunicación en las últimas décadas en el país. La realización del Programa, en continuidad con las líneas mencionadas, constituye una plataforma de investigaciones y de investigadores competentes para profundizar el conocimiento sobre el sector, la regulación, la estructuración y el desempeño de las industrias de la cultura, la información y la comunicación en la Argentina contemporánea.

6 horas semanales

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Investigación

Integrante del Equipo

En Marcha

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:3

Doctorado:2

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , MARTÍN BECERRA (Responsable) , GUILLERMO MASTRINI , NATALIA ARUGUETE , ORNELA CARBONI , LORENA RETEGUI , SANTIAGO MARINO , AGUSTÍN ESPADA , NADIA KOZINER , PAOLA FERNÁNDEZ , CELESTE GÓMEZ WAGNER , ANTONELLA ARCANGELETTI , BIANCA CECCHINI , ALEJANDRO LINARES , SOLEDAD SOSA , ANA BIZBERGE , BERNADETTE CALIFANO , NATALÍ SCHEJTMAN

Palabras clave: MEDIO CULTURA AGENDAS CONVERGENCIA

**De la propiedad a la recepción. Estudio integral del circuito productivo de las noticias sobre delito e inseguridad en los noticieros televisivos de mayor audiencia de la Argentina (03/2016 - 08/2020)**

Proyecto de Investigación Orientada promovido por CONICET y la Defensoría del Público. En el mismo se propone investigar el circuito productivo de las noticias sobre delito e inseguridad en los principales noticieros del país, específicamente en aquellos de mayor audiencia de la Ciudad de Buenos Aires y de las provincias de Córdoba, Santa Fe y Mendoza. El proyecto propone analizar el circuito productivo completo, deteniéndose específicamente en aspectos como la estructura de medios, las rutinas productivas, el análisis de los contenidos y las instancias de recepción.

10 horas semanales

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Investigación

Integrante del Equipo

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Maestría/Magister:2

Maestría/Magister prof:2

Doctorado:6

Financiación:

CONICET, Argentina, Apoyo financiero

Agencia de Promoción de la Ciencia y la Tecnología, Argentina, Apoyo financiero

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , MARTÍN BECERRA (Responsable) , GABRIEL KESSLER (Responsable) , NATALIA ARUGUETE , NATALIA RAIMONDO ANSELMINO , GABRIELA FABBRO , FRANCISO ARRI , ORNELA CARBONI , LORENA RETEGUI , NATALI SCHEJTMAN

Palabras clave: NOTICIEROS INSEGURIDAD DELITO NOTICIAS

**Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina (05/2015 - 03/2019)**

El Programa "Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina" se inscribe en una línea de investigación consolidada en la Universidad Nacional de Quilmes en el ámbito de las políticas y la economía política de la comunicación y la cultura. La perspectiva conceptual definida por el presente Programa es que las transformaciones en curso en el campo de la cultura y la comunicación dan cuenta de constituciones mutuas entre los procesos industrializados de la producción cultural e informacional, por un lado, y la estructura económica y el tipo de formación social por el otro. Esa relación produce regulaciones a cuyo examen el Programa procede. De estas regulaciones, las normas legales son una de las cristalizaciones visibles y, por consiguiente, se convierten en uno de los objetos prioritarios del Programa. Sin embargo, las normas legales no son la única regulación del sector, toda vez que existen igualmente determinaciones de carácter económico, político, social y cultural que son medulares para la

evolución de las industrias culturales. Por lo tanto, el Programa propone integrar en su marco conceptual y metodológico procesos que superan el marco estrictamente legal. En el marco de esta línea de investigación se han producido numerosos libros, capítulos y artículos, se organizaron numerosos encuentros científicos de carácter nacional e internacional, se concretó una propuesta de formación posgradual, la Maestría en "Industrias culturales: políticas y gestión" y se formaron y forman doctores, maestrandos y licenciados, en muchos casos con becas obtenidas a través de concursos competitivos con evaluación externa y otorgadas por instituciones como Conicet, CIC o UNQ. A su vez, el Programa, si bien se inició en 2011, es continuidad de una de las líneas de investigación que integraron el Programa "Espacio público y políticas: representaciones, prácticas y actores. Argentina a partir de la década del 80", dirigido por el Dr. Martín Becerra entre 2007 y 2011. Con el actual Programa de Investigación (iniciado en 2011), se afianza la perspectiva crítica de indagación sobre uno de los principales procesos de configuración del espacio público en la Argentina, que refiere a las transformaciones propias del sector industrializado de la producción cultural e informacional. El Programa incluye y propone la realización de cinco Proyectos de Investigación, que establecen a su vez ejes de profundización analítica, de investigación empírica y de convergencia intelectual con los proyectos que se ejecutan en el marco del Programa desde 2011

10 horas semanales

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Investigación

Integrante del Equipo

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:2

Maestría/Magister:2

Maestría/Magister prof:2

Doctorado:6

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , MARTÍN BECERRA (Responsable) , GUILLERMO MASTRINI (Responsable) , SANTIAGO MARINO , AGUSTÍN ESPADA , ALEJANDRO LINARES , ORNELA CARBONI , LORENA RETEGUI , PAOLA FERNÁNDEZ , NADIA KOZINER , DENISE ALTIERI , CELESTE GÓMEZ WAGNER

Palabras clave: INDUSTRIAS CULTURA COMUNICACIÓN MEDIOS ECONOMÍA POLÍTICA

#### **El tratamiento noticioso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su impacto en la opinión pública (05/2011 - 04/2015 )**

Este proyecto se enmarca en el Programa "Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina" dirigido por el Dr. Martín Becerra y Co- Dirigido por el Lic. Guillermo Mastrini. El mismo se inscribe en una línea de investigación consolidada en la Universidad Nacional de Quilmes en el ámbito de las políticas y la economía política de la comunicación y la cultura. El presente Programa procura afianzar la perspectiva crítica de indagación sobre uno de los principales procesos de configuración del espacio público en la Argentina, que refiere a las transformaciones propias del sector industrializado de la producción cultural e informacional. En términos específicos, el proyecto que dirige la Dra. Natalia Aruguete (del cual participo directamente) tiene por objetivo central conocer los factores que influyeron en el proceso de construcción de la información noticiosa relativa al llamado "7D" hecha por distintos medios gráficos argentinos, a partir del análisis de los encuadres noticiosos genéricos predominantes en la información y de las variables -individuales e institucionales- que intervinieron en las rutinas productivas de los periodistas dejando sus huellas en la cobertura de este caso.

10 horas semanales

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Investigación

Integrante del Equipo

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Maestría/Magister:2

Maestría/Magister prof:2

Doctorado:2

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , NATALIA ARUGUATE (Responsable) , NADIA KOZINER

Palabras clave: COMUNICACIÓN POLÍTICA PRENSA COBERTURAS

#### **Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina (05/2011 - 04/2015 )**

El Programa "Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina" se inscribe en una línea de investigación consolidada en la Universidad Nacional de Quilmes en el ámbito de las políticas y la economía política de la comunicación y la cultura. La perspectiva

conceptual definida por el presente Programa es que las transformaciones en curso en el campo de la cultura y la comunicación dan cuenta de constituciones mutuas entre los procesos industrializados de la producción cultural e informacional, por un lado, y la estructura económica y el tipo de formación social por el otro. Esa relación produce regulaciones a cuyo examen el Programa procede. De estas regulaciones, las normas legales son una de las cristalizaciones visibles y, por consiguiente, se convierten en uno de los objetos prioritarios del Programa. Sin embargo, las normas legales no son la única regulación del sector, toda vez que existen igualmente determinaciones de carácter económico, político, social y cultural que son medulares para la evolución de las industrias culturales. Por lo tanto, el Programa propone integrar en su marco conceptual y metodológico procesos que superan el marco estrictamente legal.

10 horas semanales

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Investigación

Integrante del Equipo

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Maestría/Magister:5

Maestría/Magister prof:5

Doctorado:9

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , MARTÍN BECERRA (Responsable) , GUILLERMO MASTRINI (Responsable) , SANTIAGO MARINO , NATALIA ARUGUETE , NADIA KOZINER , ORNELA CARBONI , LORENA RETEGUI , CARLA RODRÍGUEZ MIRANDA , AGUSTÍN ESPADA , ANA BISBERGE , BERNADETTE CALIFANO

Palabras clave: INDUSTRIAS CULTURA COMUNICACIÓN POLÍTICA ECONOMÍA

## **DOCENCIA**

### **Maestría en Ciencias Sociales y Humanas (09/2016 - 03/2017 )**

Maestría

Responsable

### **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA**

Universidad Nacional de General San Martín / IDAES

#### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

##### **Profesor visitante (07/2023 - 08/2023)**

PROFESOR A CARGO 2 horas semanales

Curso de posgrado "Medios, redes y públicos. Aportes teóricos y metodológicos para la investigación"

### **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA**

Universidad Nacional de Rosario / Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

#### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

##### **Profesor visitante (10/2021 - 12/2022)**

Profesor del Seminario de Maestría "Política, medios y redes" 4 horas semanales

### **SECTOR EDUCACIÓN SUPERIOR/PÚBLICO - UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA - URUGUAY**

Facultad de Información y Comunicación

#### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

##### **Profesor visitante (09/2021 - 10/2021)**

Profesor de posgrado en Programa de Educación Permanente 4 horas semanales

Curso: Aportes conceptuales y metodológicos para el análisis de medios

Escalafón: Docente  
Cargo: Contratado

## **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ECUADOR**

Universidad Casa Grande / FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
MÓNICA HERRERA

### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

#### **Colaborador (04/2016 - 12/2020)**

INVESTIGADOR 10 horas semanales

El proyecto de investigación tiene por objetivo general analizar los atributos de los diez líderes políticos más referenciados en los diarios El Universo y El Comercio de Ecuador. A partir de un rastreo por las páginas web de los diarios, generado por un algoritmo construido ad hoc, se detectaron los 10 líderes de opinión con mayor presencia mediática en el período 2010-2015. El proyecto tiene como fin analizar los mecanismos discursivos de construcción de la imagen y cuáles son los atributos con los que son asociados los diferentes líderes políticos.

### **ACTIVIDADES**

#### **PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**

##### **Caracterización de líderes de opinión pública en Ecuador (04/2016 - 03/2017 )**

El proyecto de investigación tiene por objetivo general analizar los atributos de los diez líderes políticos más referenciados en los diarios El Universo y El Comercio de Ecuador. A partir de un rastreo por las páginas web de los diarios, generado por un algoritmo construido ad hoc, se detectaron los 10 líderes de opinión con mayor presencia mediática en el período 2010-2015. El proyecto tiene como fin analizar los mecanismos discursivos de construcción de la imagen y cuáles son los atributos con los que son asociados los diferentes líderes políticos.

10 horas semanales

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

Integrante del Equipo

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Doctorado:2

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , GABRIELA BAQUERIZO , ESTEFANÍA LUZURIAGA ,  
LORENA RECALDE CERDA

Palabras clave: LIDER OPINIÓN ECUADOR MEDIOS

### **DOCENCIA**

#### **Maestría en Comunicación Digital (11/2019 - 01/2020)**

Maestría

Responsable

#### **Maestría en Comunicación Digital (07/2017 - 07/2017 )**

Maestría

Responsable

## **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA**

Universidad de San Juan / Departamento de Ciencias de la  
Comunicación

### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

#### **Profesor visitante (06/2019 - 06/2019)**

Profesor 20 horas semanales

Curso "Medios, política y opinión pública"

## **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA**

## Universidad Juan Agustín Maza / FACULTAD DE PERIODISMO

## VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

**Funcionario/Empleado (03/2011 - 10/2018)**

Profesor Titular 20 horas semanales  
Profesor titular de Teorías de la Comunicación I y II

## ACTIVIDADES

**PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO****Agenda informativa, democracia y ciudadanía en Mendoza: análisis del contenido de los principales medios digitales de la provincia (04/2017 - 05/2018)**

El presente proyecto constituye un espacio de investigación académica que se propone cuatro tipos de resultados complementarios entre sí. En primer lugar, el análisis de la agenda mediática de la provincia de Mendoza. La publicación de los hallazgos de manera regular contribuirá de manera directa con la posibilidad de establecer estándares de calidad informativa indispensables para una mayor calidad democrática. En segundo lugar, el desarrollo de este proyecto permitirá potenciar los lazos de la UMAZA con universidades de la Argentina y el exterior a partir del fortalecimiento de la Red de Latinoamericana de Observatorios de Medios de Comunicación y Frontera, fundada por iniciativa de este equipo. En tercer lugar, la formación de recursos humanos dedicados a la investigación se verá potenciada por la incorporación de estudiantes y profesionales como becarios. Por último, el proyecto prevé actividades de extensión y transferencia al medio por intermedio de diferentes canales (creación de página web, conferencias abiertas y participación en reuniones científicas). Asimismo, se abre la posibilidad de desarrollar servicios de consultoría y capacitación para los medios de comunicación y profesionales de prensa. Por último, el equipo a cargo del proyecto desarrollará actividades de capacitación y cursos de posgrado que permitirán establecer vínculos con el área de posgrado de la Universidad como también con otras casas de altos estudios.

10 horas semanales

FACULTAD DE PERIODISMO

Investigación

Coordinador o Responsable

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:2

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , ANDREA GINESTAR , GONZALO SCIVOLETTO , MARÍA JOSÉ AVENI , VALERIA TRÍAS , NATALIA GÓMEZ ASTIE , BRENDA FUNES

Palabras clave: AGENDA MEDIOS DIGITALES MENDOZA

**Observatorio de medios: estudio de la agenda informativa de la provincia de Mendoza (08/2014 - 03/2017)**

Observatorio de medios de la Facultad de Periodismo de la Universidad Juan Agustín Maza. El proyecto tiene por objetivo la observación de cinco diarios on-line de la provincia de Mendoza a partir de la metodología del análisis de contenido. El equipo de investigación está compuesto por tres investigadores y cinco becarios.

10 horas semanales

FACULTAD DE PERIODISMO

Investigación

Coordinador o Responsable

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:2

Doctorado:2

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO (Responsable) , GONZALO SCIVOLETTO , ANDREA GINESTAR , VALERIA TRÍAS , MARÍA JOSÉ AVENI , AUGUSTO GRILLI FOX , CAROLINA TOMBA , ANDRÉS ALISIARDI

Palabras clave: OBSERVATORIO MEDIOS WEB AGENDA

**Efectos cognitivos de los medios de comunicación: un estudio sobre la cobertura informativa de las elecciones 2011 (08/2012 - 07/2014)**

El presente proyecto tiene por objetivo general analizar la cobertura informativa del proceso que comenzó el 14 de agosto de 2011 con las elecciones primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO) y que culminó el 23 de octubre del mismo año con las elecciones presidenciales en Argentina. Esta investigación se inscribe en la perspectiva teórica del Establecimiento de Agenda (Agenda-Setting). La misma, desarrollada fundamentalmente en Estados Unidos y Europa, prevé la existencia de efectos cognitivos de largo plazo de los medios sobre la audiencia. Se someterán a Análisis de Contenido los artículos referentes a las elecciones publicados por los diarios Clarín, La Nación, Los Andes y Uno, entre el 1 de agosto de 2011 (dos semanas antes de las PASO) y el 24 de octubre del mismo año (un día después de las elecciones presidenciales). Los objetivos específicos son analizar la relevancia informativa que adquirió el proceso electoral y establecer cuáles fueron los atributos predominantes en las coberturas del caso.

10 horas semanales

FACULTAD DE PERIODISMO

Investigación

Coordinador o Responsable

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:2

Doctorado:2

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO (Responsable), COLLADO GUILLERMO, GONZALO SCIVOLETTO, ANDREA GINESTAR, VALERIA TRÍAS, MARÍA JOSÉ AVENI

Palabras clave: ELECCIONES AGENDA ATRIBUTOS COBERTURA

#### **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA**

Universidad Nacional de San Luis / Facultad de Ciencias Humanas

#### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

##### **Profesor visitante (08/2017 - 09/2018)**

Profesor posgrado 4 horas semanales

Curso de posgrado "Comunicación, Política y Medios"

#### **SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ARGENTINA**

Facultad de Ciencias Sociales, UBA / FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

#### **VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN**

##### **Funcionario/Empleado (08/2010 - 04/2013)**

AYUDANTE DE PRIMERA 10 horas semanales

Ayudante en la cátedra de Metodología del planeamiento de la comunicación.

#### **ACTIVIDADES**

#### **PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**

##### **Calidad informativa y agendas sociales: crisis del periodismo y la noticiabilidad (08/2010 - 06/2012)**

La pregunta central de este proyecto es cómo impactan los hábitos de consumo, que se generan con el crecimiento en el acceso a las tecnologías digitales, en los intereses de la audiencia y los modos de producción de la información. También, si las expectativas informacionales de las audiencias suponen nuevos enfoques convergentes dentro de las distintas unidades de negocios periodísticos. Y, si es así, si las sinergias que buscan las dircoms establecen convergencias efectivas. Finalmente, si la instantaneidad -que impacta sobre los contenidos mediáticos- tiene algún grado de correlación en las lógicas productivas de la información y en la vida cotidiana de los integrantes de las sociedades mediatizadas y produce una reformulación de los criterios de noticiabilidad, los acontecimientos noticiables y la información social. Respecto de la crisis del periodismo, las preguntas rectoras de este proyecto dan cuenta de cuáles son los criterios que reemplazan a los que están en crisis en el nuevo contexto. Además, si estos criterios dan cuenta de las agendas sociales o de una mayor superficialidad en el tratamiento de la información.

10 horas semanales

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Investigación

Integrante del Equipo

Concluido

RRHH formados en el proyecto:

Pregrado:2

Maestría/Magister:5

Maestría/Magister prof:5

Doctorado:4

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO , LILA LUCHESSI (Responsable) , FEDERICO CORBIERE ,

MARÍA ROSA GÓMEZ , JULIETA CASINI , GRISEL EL JABERR , MIRIAM GUZMÁN

Palabras clave: TECNOLOGÍA NOTICIAS MEDIOS RUTINAS PRODUCTIVAS

**Tecnologías infocomunicacionales, rutinas periodísticas y demandas de información: entre los efectos de agenda y la construcción de ciudadanía (08/2010 - 09/2011 )**

on el objetivo de estudiar las relaciones entre el desarrollo tecnológico aplicado a la comunicación, su impacto sobre las rutinas de trabajo profesional y las demandas informativas de la ciudadanía nos proponemos tres planos de indagación: 1.- Las demandas informativas de la opinión pública (sondeo).2.- Las nuevas rutinas de trabajo profesional y sus relaciones con las fuentes informativas (entrevistas en profundidad).3.- Las repercusiones de las dos primeras en las producciones de los medios de referencia (digitales y tradicionales). (Análisis mediático).La hipótesis central gira en torno de la información que recibe la sociedad que, dadas las características del nuevo escenario, resulta de segunda mano. También, que el valor de la instantaneidad cambia los objetivos periodísticos y conlleva una mirada más superficial de la ciudadanía sobre la realidad. Por último, que los nuevos encuadres de agenda sitúan las temáticas de modos universales para satisfacer intereses sectoriales. Se prevé el uso de una metodología que articule resultados cuantitativos (sondeos de opinión y estudios de agenda) con hallazgos cualitativos, surgidos de la observación, la etnografía del trabajo profesional (periodistas y fuentes) y la construcción de grupos focales para la profundización de los datos.

10 horas semanales

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Investigación

Integrante del Equipo

Concluido

Financiación:

Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Argentina, Apoyo financiero

Equipo: ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Palabras clave: TECNOLOGÍAS INFOCOMUNICACIONALES EFECTOS AGENDA CIUDADANÍA

**CARGA HORARIA**

Carga horaria de docencia: 10 horas

Carga horaria de investigación: 15 horas

Carga horaria de formación RRHH: 10 horas

Carga horaria de extensión: 10 horas

Carga horaria de gestión: 15 horas

**Producción científica/tecnológica**

La significación de mi trabajo en el contexto de los principales problemas planteados desde el área de las Ciencias Sociales y Humanas, y específicamente relacionadas con el campo de la Comunicación, puede analizarse a partir de diferentes dimensiones que hacen a mi carrera profesional.

Una primera dimensión a tener en cuenta son las tareas de investigación que desarrollo hace más de 10 años. Fui becario doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET, Argentina) en el marco del cual me gradué como magister y doctor en Ciencias Sociales y Humanas. Con una beca postdoctoral otorgada por el mismo organismo realicé un posdoctorado en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Actualmente soy Investigador Adjunto (planta permanente) del CONICET e investigo temas relacionados con la comunicación política, las rutinas informativas y los procesos de recepción. En tanto, he desarrollado y desarrollo tareas de investigación en diferentes universidades argentinas, de Chile, Uruguay y Ecuador e integro redes académicas en rangos directivos de la Argentina (FADECCOS) y Latinoamérica (FELAFACS).

Asimismo, dirijo equipos de investigación en la Universidad Nacional de Quilmes que cuentan con

financiamiento de organismos nacionales (CONICET y FONCYT), en la Universidad Nacional de Cuyo (Observatorio de Medios) y participo de equipos de investigación en la Universidad de la Frontera (Chile) y en la Universidad ORT (Uruguay).

Los resultados de mis investigaciones individuales y colectivas han sido publicados por numerosas (37) revistas nacionales e internacionales indexadas, se han publicado en diferentes países e idiomas, así como libros y capítulos de libros. Asimismo, he publicado decenas de artículos de divulgación en medios periodísticos y universitarios, lo que constituye una prolífica actividad de extensión. En tanto, los resultados de mi investigación han sido presentados como ponencias en diferentes reuniones científicas nacionales e internacionales y abiertos a debates de la comunidad académica y el público en general.

En resumen, he desarrollado una profusa actividad de investigación sobre la relación entre medios, política y públicos en relación con diferentes eventos de amplio impacto social, económico y político, principalmente en la Argentina, aunque esa labor se ha extendido a otros países de América Latina en los que desarrollé estudios de casos locales. Mi investigación está principalmente basada en las perspectivas de la Agenda Setting, el Framing y la Economía Política de la Comunicación.

Otra dimensión de intervención es la actividad docente. Soy profesor regular concursado de la Universidad Nacional de Cuyo (Argentina) en Teorías de la Comunicación. En Uruguay, me desempeño como profesor de Metodología de la Investigación y Teoría de la Comunicación en el ámbito de la Universidad ORT. Asimismo, impartí e imparto cursos de posgrado (maestría y doctorado) en las siguientes universidades: Universidad Nacional de Cuyo, Universidad Nacional de Quilmes, Universidad Nacional de Jujuy, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Nacional del Comahue (Argentina), Universidad de la Frontera (Chile), Universidad de la República (Uruguay) y Universidad Casa Grande (Ecuador).

En relación con la gestión académica, me desempeño como vicedecano académico de la Escuela de Comunicación de la Universidad ORT Uruguay. Fui vicepresidente de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social y actualmente integro su comisión directiva. Me desempeñé como director de Cono Sur de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. En esos ámbitos fui organizados de congresos de alcance regional (ENACOM 2014 y 2021) e internacionales (FELAFACS 2021 y ALAIC 2023).

Como miembro de la comunidad científica en el ámbito de la Comunicación, soy coordinador de la comisión asesora de evaluación de becas doctorales del CONICET en Sociología, Demografía y Comunicación. Asimismo, he dirigido tesinas de grado, tesis de maestría y dirijo tesis y becas doctorales, lo que redundo en la formación de recursos humanos que se insertan en los equipos de investigación que coordino. He sido evaluador de proyectos de investigación, institucionales, artículos en revistas indexadas, libros y capítulos de libros.

He realizado, en el marco de las instituciones en las que me desenvuelvo, trabajos de índole técnica como consultorías que impactaron en el diseño de políticas públicas, entre las que se destaca el relevamiento de la repercusión en medios de la política sanitaria del Estado argentino durante la emergencia por la pandemia de COVID-19 en 2020, trabajo solicitado por el Ministerio de Ciencia y Técnica y el CONICET.

## Producción bibliográfica

### ARTÍCULOS PUBLICADOS

#### ARBITRADOS

##### **Brechas y concentración de la información: un estudio sobre agendas, encuadres y consumos de noticias sobre vacunas en el marco del Covid-19 en la Argentina (Completo, 2022)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Revista de Comunicación, v.: 21 1, p.:469 - 495, 2022

Palabras clave: MEDIOS AGENDAS ENCUADRES COVID-19

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: Perú

E-ISSN: 22271465

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A24>

<https://revistadecomunicacion.com>

El presente trabajo analiza las agendas mediáticas sobre el proceso de vacunación contra el Covid-19 en los principales medios digitales de la Argentina y el consumo de esas noticias en la red social Facebook, la de mayor penetración a nivel global. A partir de un análisis de contenido sobre las noticias más relevantes sobre el tema en los diarios digitales y sobre las que mayor nivel de involucramiento generaron en los usuarios determinó: 1) la composición temática de ambas

agendas; 2) la presencia de actores y puntos de vista en las noticias; 3) los atributos afectivos predominantes en el tratamiento informativo y en la agenda de los públicos; y 4) los encuadres que moldearon la información en cada una de las plataformas. Los resultados evidencian la existencia de brechas entre la oferta informativa y el consumo de noticias, en un marco de una fuerte concentración de las lecturas entre las principales empresas mediáticas del país.

WEB OF SCIENCE™ Scopus®

**Consumo de información en redes sociales en tiempos de pandemia. Evidencias del caso argentino (Completo, 2022)** Trabajo relevante

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , GABRIEL KESSLER , GABRIEL VOMMARO

InMediaciones de la Comunicación, v.: 17 1 , p.:129 - 161, 2022

Palabras clave: MEDIOS REDES INFORMACIÓN COVID-19

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: Uruguay

ISSN: 15105091

E-ISSN: 16888626

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3231>

<https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion>

Este artículo estudia los contenidos de la información más consumida por parte de las/los usuarios/as de Facebook en Argentina, en el contexto de la pandemia por COVID-19. Se indagaron: 1) los asuntos que mayor nivel de involucramiento generaron en esa red social; 2) la procedencia de las piezas informativas más relevantes; y 3) el tipo de encuadres que predominaron en el tratamiento de los diferentes problemas. Mostramos, primero, que el COVID-19 adquirió mayor relevancia que el resto de los asuntos en Facebook, aunque el nivel de involucramiento de las/los usuarios/as sobre el tema se relacionó con la ocurrencia de diferentes eventos críticos asociados a la pandemia. Segundo, que las noticias más relevantes provinieron de medios de comunicación con marcas consolidadas, por lo que la lectura de información en la red social estuvo concentrada. Por último, que la proximidad geográfica, el conflicto, el interés humano y los rasgos afectivos explícitos en los posts informativos constituyen rasgos de la información que explican su relevancia en la red social. El estudio consiste en un análisis de los contenidos informativos que mayor nivel de involucramiento alcanzaron (likes, comments y shares) en Facebook entre enero de 2020 y junio de 2021.

[latindex](#)

**Cobertura mediática y consumo de noticias durante el confinamiento: riesgos y sobreinformación (Completo, 2022)**

BRENDA FOCÁS , ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Papeles de trabajo, v.: 26 2022

Palabras clave: CORONAVIRUS AGENDAS RIESGO RECEPCIÓN

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: Argentina

E-ISSN: 03276147

<http://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/papdetrab>

El presente trabajo tiene por objetivo analizar el tratamiento informativo de la pandemia por la COVID-19 en los principales medios digitales de la Argentina. A partir de la premisa de que en contextos de pandemia los niveles de atención mediática tienden a aumentar, producto de una mayor demanda de información de calidad, se pretende establecer cuál fue la composición temática de las agendas informativas sobre coronavirus a lo largo del período de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio decretado por el Poder Ejecutivo Nacional el 20 de marzo de 2020. En términos específicos se procura determinar cuáles fueron los temas dominantes de las agendas en cada momento del proceso y de qué modo los asuntos propuestos por los medios para la discusión pública pudieron haber incrementado o no la percepción del riesgo. Para ello, se desarrolló un análisis de contenido cuantitativo sobre las noticias más relevantes sobre la COVID-19 publicadas por los diarios digitales Clarín, La Nación, Infobae y Página/12. Los datos del análisis de contenido fueron puestos en relación con resultados de diferentes sondeos de opinión diseñados ad hoc con el fin de construir datos específicos acerca de la percepción ciudadana de las coberturas mediáticas sobre el tema.

[latindex](#)

**Digital Media and COVID-19: overinformation, polarization and misinformation (Completo, 2021)** Trabajo relevante

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Universitas, v.: 34 p.:127 - 146, 2021

Palabras clave: PANDEMIC JOURNALISM SOURCES POLITICS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ECUADOR

ISSN: 13903837

E-ISSN: 13908634

DOI: <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.06>

<https://universitas.ups.edu.ec>

This investigation analyses the media treatment of COVID-19 in main Argentinian digital media. The SARS-CoV-2 pandemic has reconfigured the economic and social life, jointly with the centrality of the media system and the thematic composition of the media agendas. The demand of information during the outbreak enhanced the role of digital media as reliable sources. In specific terms, this work aims to investigate: 1) the evolution of the media agendas during the social isolation period; 2) the information sources deployment; and 3) the differential standing obtained by different actors in the media treatment. To this goal, a quantitative content analysis was developed of the most relevant news items in Infobae, Clarín, La Nación and Página/12 between March 20 and October 18, 2020 (n=4,240). Results show the existence of similar thematic agendas and a homogeneous presence of state sources in media with different editorial positions. Furthermore, there is partisan and polarized coverage, which is evident in the differential standing attributed to the official and opposition state sources in the analyzed media. The media treatment of the pandemic, over an extensive period, followed a cycle of over-information, polarization and misinformation that was detrimental to public debate quality.

WEB OF SCIENCE™ *latindex*

### **La corrupción como problema público en la televisión argentina: interacción entre medios y audiencias (Completo, 2021)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , BRENDA FOCÁS

Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación, v.: 19 39 , p.:129 - 155, 2021

Palabras clave: CORRUPCIÓN MEDIOS TELEVISIÓN AUDIENCIAS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: COLOMBIA

ISSN: 16922522

E-ISSN: 22484086

DOI: <http://dx.doi.org/10.22395/angr>

<https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas>

La corrupción irrumpió como un problema público en la Argentina durante la década de los noventa, promovido por un conjunto de grupos sociales emergentes que lo instituyeron a partir de estrategias de denuncia. Ya en los años dos mil, el asunto se estabilizó en las agendas mediática y pública, aunque ligada a otros actores, casos y discursos circulantes. El presente trabajo pretende analizar la relación entre la construcción mediática la corrupción y su percepción pública en los cuatro conglomerados urbanos más importantes de Argentina: Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Córdoba, Rosario y Mendoza. A partir de un abordaje metodológico que triangula grupos focales desarrollados en las cuatro ciudades y un análisis de contenido sobre las noticias en los noticieros centrales de los canales trece y once de Buenos Aires, diez y ocho de Córdoba, tres y cinco de Rosario y nueve y siete de Mendoza, se pretende analizar cuál es la relevancia mediática y social del problema. Los resultados evidencian una alta importancia del tema en las agendas informativas, sobre todo en las de los medios de Buenos Aires, que presentan una cobertura partisana del problema. En relación con los públicos, el trabajo muestra que, si bien las audiencias expresan cierta distancia y desinterés con estas noticias, se observan procesos de recepción que pululan entre la polarización afectiva y la saturación cognitiva frente al tema.

*latindex*

### **Chilean Digital Press Coverage of the Relation between Diet and Mental Health (Completo, 2021)**

RUBÉN SANCHEZ SABATE , ESTEBAN ANDRES ZUNINO , YASNA BADILLA BRIONES ,  
NATALIA CELEDÓN CELIS

International Journal of Environmental Research and Public Health, v.: 18 5 , p.:1 - 18, 2021

Palabras clave: HEALTH MEDIA FRAMING AGENDA

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: SUIZA

E-ISSN: 16604601

DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18052273>

<https://www.mdpi.com/1660-4601/18/5/2273>

Chile has a serious public health problem due to the high prevalence of both unhealthy dietary patterns and mental illnesses. Given that dietary quality is positively associated with the quality of

mental health, it is urgent that healthy dietary patterns be promoted among Chileans. The WHO recommends the use of mass media for the dissemination of knowledge about mental health. Since health news affect people's attitudes and health behaviors, this study analyzed the coverage by three Chilean online newspapers with the largest readership regarding the relation between diet and mental health in 2016. A previously constructed corpus of 2551 news items about food was analyzed quantitatively. The results show that the relevance of the topic diet and mental health was low in all three newspapers. The most frequent type of information was on "foods" and not "nutrients" that "benefit" -not that "damage"- mental health. The quality of the news was poor as a narrow range of sources was found. An individual responsibility frame predominated in the information to the detriment of a public health frame.

WEB OF SCIENCE™ Scopus®

### **El Audiovisual Ampliado II. Tradiciones, estrategias, dinámicas y big data en Argentina (Reseña, 2021)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Revista Argentina de Comunicación, v.: 9 12 , p.:334 - 339, 2021

Palabras clave: AUDIOVISUAL CONVERGENCIA MEDIOS REGULACIÓN

Medio de divulgación: Internet

ISSN: 18504043

<https://fadeccos.ar/revista/index.php/rac/article/view/95>

Reseñan de: Marino, S (2021). "El Audiovisual Ampliado II. Tradiciones, estrategias, dinámicas y big data en Argentina". USAL.

### **Medios digitales en la Argentina: posibilidades y límites en tensión (Completo, 2020)** Trabajo relevante

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , AUGUSTO GRILLI FOX

Estudios sobre el Mensaje Periodístico, v.: 26 1 , p.:401 - 413, 2020

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ESPAÑA

ISSN: 11341629

E-ISSN: 19882696

DOI: <https://doi.org/10.5209/esmp.67320>

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/67320>

Scopus® *latindex*

### **Vivir con miedo: un estudio sobre las agendas digitales y las fuentes de información del delito, la violencia y el riesgo (Completo, 2020)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Austral Comunicación, v.: 9 2 , p.:553 - 582, 2020

Palabras clave: MEDIOS DELITO INSEGURIDAD MIEDO

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ARGENTINA

ISSN: 23139129

E-ISSN: 23139137

DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0902.zun>

<https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion>

El presente artículo tiene por objetivo analizar las agendas informativas sobre delitos, violencias y riesgos construidas por los principales medios digitales de Argentina: Clarín, La Nación e Infobae durante 2019. A partir de un análisis de contenido cuantitativo, se pretende establecer qué porcentaje del hueco informativo de las portadas digitales ocupan este tipo de asuntos y cuáles son los actores que logran instituirse como fuentes confiables de información sobre los principales tópicos que conforman la agenda del miedo y del temor. El trabajo empírico se desarrolló a partir de la operacionalización de conceptos provenientes de las teorías de la agenda setting, el indexing y la hipótesis del standing

WEB OF SCIENCE™ *latindex*

### **La cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios online del país (Completo, 2020)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , ANTONELLA ARCANGELETTI

Prácticas de Oficio, v.: 1 25 , p.:49 - 66, 2020

Palabras clave: COVID-19 MEDIOS AGENDA RELEVANCIA

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ARGENTINA

E-ISSN: 18516076

<http://revistas.ungs.edu.ar/index.php/po>

La pandemia por COVID-19 constituye un hecho trascendental en la historia de la humanidad, producto de la aparición de un virus desconocido que causó millones de infectados y cientos de miles de muertes, incluso en los sistemas sanitarios de los países más ricos del mundo, trastocando de manera radical la producción económica y la circulación de personas y bienes en el nivel global. En ese contexto, los medios de comunicación adquirieron una centralidad inusitada, ya que la demanda de información se incrementó acentuadamente. En situaciones de confinamiento, las representaciones mediáticas no encuentran mayores posibilidades de contrastación intersubjetiva, por lo que la cantidad y calidad informativa se tornan fundamentales para la toma de decisiones por parte de la ciudadanía. El presente trabajo, que consiste en un análisis de contenido realizado a partir de la operacionalización de conceptos provenientes de la teoría de la agenda setting, tiene como objetivo general analizar las agendas mediáticas de la pandemia en los principales diarios digitales de la Argentina. En términos específicos, se pretende establecer cuál fue la relevancia del problema, de qué modo fueron tematizadas las noticias y cuál fue la valoración de las políticas públicas definidas por el gobierno para el manejo de la situación

### **Medios, género y delito: tramas y sentidos sobre violencia contra las mujeres (Completo, 2019)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , SOLEDAD GIL

Cuestiones de género, 14 , p.:29 - 50, 2019

Palabras clave: VIOLENCIA FEMICIDIO DELITO MEDIOS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: MEXICO

ISSN: 1699597X

E-ISSN: 24440221

<http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/cuestionesdegenero/article/view/5834/4488>

El artículo presenta los resultados de una investigación colectiva que tuvo como propósito analizar, desde una mirada crítica y de género/feminista, narrativas periodísticas, discursos y sentidos en disputa expresados por medios gráficos de la provincia de Mendoza, Argentina, sobre distintas problemáticas de género como la violencia contra las mujeres. Entre otros hallazgos, a través del análisis cuanti-cualitativo de las construcciones noticiosas, el trabajo revela de qué manera la agenda de los temas de género ha quedado subsumida a la problemática de la violencia de género/femicidios tratada desde el punto de vista policial. La espectacularización a través de diferentes herramientas como la personalización, la descontextualización y la dramatización, se ha convertido en un mecanismo recurrente en la construcción de tales informaciones.

[latindex](#)

### **Revisitando la agenda de la seguridad en los medios: un análisis exploratorio de los contenidos de las noticias policiales y de inseguridad durante el gobierno de Cambiemos (2015-2019) (Completo, 2019)**

BRENDA FOCÁS , ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Cuestiones Criminales, 24 , p.:78 - 104, 2019

Palabras clave: DELITO VIOLENCIA INSEGURIDAD MEDIOS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ARGENTINA

E-ISSN: 26182424

<https://www.lesyc.com/copia-de-sumario-cc3-1>

Este trabajo se propone analizar de forma exploratoria las representaciones de las noticias policiales durante el gobierno de Mauricio Macri (2015-2019). Con este objetivo indagamos sobre diversos estudios, con el fin de establecer algunas transiciones y recurrencias en el tratamiento de la información mediática delictiva durante su mandato. En primer lugar, tomamos un trabajo de relevamiento de las noticias de delitos en los diarios Clarín, La Nación y Página/12 que realizamos en 2017; en segundo lugar, datos del Observatorio de medios de la Universidad Nacional de Cuyo sobre los principales medios digitales de Argentina, Clarín, La Nación e Infobae en 2019 y, por último, los informes de los monitoreos de noticieros televisivos realizados por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual entre 2015 y 2018. El artículo se centra en las dinámicas de los contenidos que confluyen en la categoría de inseguridad, sobre los cuales realizamos un análisis de tipo cuantitativo y cualitativo

### **Who defines the agenda? Sources of information in the Argentinian digital press (Completo, 2019)** [Trabajo relevante](#)

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Comunicación y Sociedad, v.: 7394 p.:1 - 22, 2019

Palabras clave: AGENDA SOURCES INDEXING STANDING

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: MEXICO

E-ISSN: 24489042

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7394>

<http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e7394>

The objective is to analyze the use of the sources of information in Argentina's main digital media. Specifically, it is intended to unravel what types of sources are included in the news, whether there is homogeneity in their use and what level of credit their views take up. Based on a content analysis guided by "indexing" and "standing" hypotheses, the results of this exploratory study demonstrates that government sources dominate the agenda. It is also revealed that "the ruling party" sources are the ones who get the highest level of standing across all media

Scopus<sup>®</sup> Sciendo<sup>®</sup> latindex

### **Líderes políticas argentinas en Twitter. Un estudio en el marco de las elecciones 2017 (Completo, 2019)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , LORENA RECALDE CERDA , GABRIELA BAQUERIZO NEIRA

Perspectivas de la comunicación, v.: 12 2 , p.:221 - 243, 2019

Palabras clave: MUJERES POLITICA TWITTER ELECCIONES

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: CHILE

E-ISSN: 07184867

DOI: <https://doi.org/10.4067/S0718-48672019000200221>

<http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl>

El uso de las redes sociales en las campañas electorales marca el pulso de las estrategias actuales de la comunicación política. La conversación virtual de los candidatos promueve definiciones de los problemas públicos que pretenden operar sobre la actitud hacia el voto de los ciudadanos. El presente estudio analiza el uso de Twitter por parte de las principales líderes políticas argentinas durante la campaña de las elecciones legislativas de medio término de 2017. Específicamente, se pretende investigar cuáles fueron los temas promovidos por las lideresas, qué tipo de interacción mantuvieron con los medios "tradicionales" y qué diálogos establecieron con los ciudadanos. Los resultados demuestran que las conversaciones en Twitter se centraron en las consignas de campaña, incluyeron información ligada a la dimensión local y no abundaron en temáticas relacionadas al género. En un contexto en que los temas ligados a la mujer cobraron relevancia en las agendas política, mediática y pública, este trabajo pretende ir más allá del uso político de Twitter para identificar rasgos particulares de la construcción del liderazgo femenino en las redes sociales en contextos electorales

WEB OF SCIENCE<sup>™</sup> Scopus<sup>®</sup> latindex

### **Territorios, tópicos y fuentes de la inseguridad. Un estudio sobre la prensa argentina (Completo, 2019)**

BRENDA FOCÁS , ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Cuadernos de información, v.: 45 p.:73 - 93, 2019

Palabras clave: INSEGURIDAD MEDIOS AGENDA FUENTES

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: CHILE

ISSN: 0719367x

E-ISSN: 0719367X

DOI: <https://doi.org/10.7764/cdi.45.1492>

<https://www.cuadernos.info>

La inseguridad es uno de los asuntos de mayor preocupación de la sociedad argentina y uno de los temas más incluidos en las agendas de los medios. El objetivo de este estudio es analizar el tratamiento informativo sobre este tema en contextos electorales y no electorales. Mediante un análisis de contenido sobre tres diarios de importancia nacional, se concluye que las elecciones presidenciales de 2015 no incrementaron la frecuencia de piezas de este tipo, aunque sí se observó un cambio importante en los tópicos cubiertos y los modos de encuadrarlos. Finalmente, las fuentes oficiales predominaron en las coberturas

WEB OF SCIENCE<sup>™</sup> Scopus<sup>®</sup> latindex

### **El tratamiento informativo de las elecciones 2015 en la Argentina (Completo, 2018)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

La Trama de la Comunicación, v.: 22 1 , p.:83 - 108, 2018

Palabras clave: COMUNICACIÓN POLÍTICA ELECCIONES DIARIOS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ARGENTINA

E-ISSN: 23142634

<https://rehip.unr.edu.ar/items/d369b7c9-4bb6-4748-9e5b-8aa8f81ac872>

El objetivo general de este trabajo consiste en analizar el tratamiento mediático de los diarios nacionales, Clarín y La Nación, y los de la Provincia de Mendoza, Los Andes y UNO, sobre las elecciones presidenciales de 2015 en la Argentina. Para ello, se sometieron a análisis de contenido las piezas periodísticas referidas al caso publicadas por los cuatro diarios entre el 27 de septiembre y el 22 de noviembre de 2015. Es decir, desde un mes antes de la primera vuelta y hasta el mismo día de la segunda. En términos específicos se pretende establecer: 1) cuál fue la relevancia del asunto en las coberturas; y 2) cuál fue el tono valorativo del tratamiento mediático. En este trabajo, que se sustenta conceptualmente en la Teoría de la Agenda Setting y en la Teoría de la Valoración, se utilizó un índice de importancia, para medir la relevancia de las piezas informativas, y un índice de valoración, para estimar la valencia de las notas

**The media's coverage of "insecurity" in Argentina. Victims, victimisers and lawsuits (Completo, 2018)** Trabajo relevante

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , BRENDA FOCÁS

Communication & Society, v.: 31 3 , p.:189 - 209, 2018

Palabras clave: MEDIA CRIME AGENDA ELECTIONS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ESPAÑA

ISSN: 02140039

E-ISSN: 23867876

DOI: <http://dx.doi.org/10.15581/003.31.3.189-209>

[http://www.unav.es/fcom/communication-society/en/resumen.php?art\\_id=679](http://www.unav.es/fcom/communication-society/en/resumen.php?art_id=679)

Fear of crime and media influence on citizen risk perception is an issue that has grabbed the attention of the academia, approaching it from different perspectives. However, there are not too many case studies that address the current dynamics of this problem in Latin America from the perspective of quantitative content, although studies show that the topic has become them a in public concern in many Latin American countries. The overall objective of this paper is to analyze "insecurity" media coverage in the Argentinean newspapers Clarín, La Nación, and Página/12, both in electoral and non-electoral contexts. Based on concepts provided by the Agenda Setting and Framing theories, we will try to establish:1) the relevance of different issues associated with crime in the national press; 2) the actors referenced by newspapers as victims and perpetrators and the attributes they are associated with; and 3) the frames that prevail in their coverage

Scopus  

**Agenda Setting: Cincuenta años de investigación en Comunicación (Completo, 2018)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Intersecciones en Comunicación, v.: 12 p.:187 - 210, 2018

Palabras clave: AGENDA MEDIOS PUBLICO POLITICA

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ARGENTINA

ISSN: 15152332

E-ISSN: 22504184

<http://www.soc.unicen.edu.ar/index.php/categoria-editorial/48-intersecciones-en-comunicacion/3280-in>

La teoría de la Agenda Setting acaba de cumplir cincuenta años de desarrollo desde su primera investigación. A partir de sus conceptos y formulaciones, se desarrollaron a lo largo y ancho del mundo más de 500 estudios que intentaron analizar la relación entre medios y audiencias. El objetivo de este trabajo es repasar su historia desde sus inicios, reponer sus principales hipótesis y conceptos, analizar su aplicación a los nuevos entornos mediáticos y formular una serie de interrogantes que orienten el futuro de la investigación dentro de esta perspectiva.



**Los medios y las elecciones: la agenda informativa de la campaña presidencial de 2015 en la Argentina (Completo, 2017)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , MANUEL ORTIZ MARIN

Más Poder Local, v.: 30 p.:56 - 66, 2017

Palabras clave: ELECCIONES ARGENTINA AGENDA CANDIDATOS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ESPAÑA

E-ISSN: 21720223

<http://www.maspoderlocal.es/files/articulos/297-F5862cd2f2971482870063-articulo-1.pdf>

Las elecciones presidenciales de 2015 en la Argentina consagraron a Mauricio Macri como Presidente de la Nación. Los medios de comunicación nacionales pusieron este asunto en agenda durante un período prolongado de tiempo, debido a que el proceso electoral incluyó primera y segunda vuelta, con resultados ajustados en ambas instancias. La presente investigación pretende estudiar la cobertura mediática de ese proceso político. A partir de un análisis de contenido cuantitativo, se observó el tratamiento informativo de los diarios Clarín, La Nación, Uno y Los Andes. En términos específicos, se constató que los medios relevados incluyeron en sus agendas temas ligados a las características y acciones de los candidatos más que a sus propuestas. Asimismo, los actores más incluidos en las agendas fueron los de los partidos mayoritarios, lo que al mismo tiempo que construyó una cobertura polarizada entre los dos primeros, restó presencia a los protagonistas de partidos minoritarios. Esta polarización también se evidenció en el tratamiento de las fuentes. El trabajo tiene como base conceptual a las teorías de la Agenda Setting y del Indexing.

latindex

### **The assessment of political news in the media agenda: a methodological proposal for more extensive content analysis (Completo, 2016)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Communication & Society, v.: 29 4 , p.:235 - 253, 2016

Palabras clave: AGENDA MEDIOS VALENCIA POLITICA

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ESPAÑA

Escrito por invitación

ISSN: 02140039

E-ISSN: 23867876

DOI: <http://dx.doi.org/10.15581/003.29.4.235-253>

[http://www.unav.es/fcom/communication-society/en/resumen.php?art\\_id=602](http://www.unav.es/fcom/communication-society/en/resumen.php?art_id=602)

Evaluating the tone of assessment of the news has been a frequent concern for different theoretical perspectives in the field of political communication. Among these perspectives, Agenda Setting theory has emphasized addressing the climate of political news analysis in investigations within and outside of election contexts. However, in most of these studies, they continue to repeat ? positive?, ?neutral? and ?negative? as categories that process an evaluative tone, as if these adjectives were well defined. This investigation proposes a general objective of creating a more useful and expansive Assessment index that is composed of various complementary variables: the assessment of the main event/occasions/activities of the news story, the assessment of the actors and the evaluation of the role of the State referred to in each article. As an example, this study employs a quantitative analysis of the journalistic content published by daily Argentine newspapers Clarín, La Nación, and Página/12 on the 2008 conflict between President Cristina Fernández? government and the major agricultural corporations in the country, following the Executive decision that hoped to raise export taxes on principal raw materials produced by this sector. The application of these methodological tools along with the descriptive corpus results in showing a predominately overall negative tone of assessment. However, a disaggregated analysis of the behavior of each of the index variables allows a glimpse toward how a different evaluation of the events, the actors and the public policies in each newspaper can demonstrate their editorial stances

Scopus<sup>®</sup> latindex

### **El periódico como campo de tensiones. Un análisis del despliegue informativo y publicitario (Completo, 2016)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Austral Comunicación, v.: 5 2 , p.:183 - 204, 2016

Palabras clave: NOTCIAS PUBLICIDAD AGENDA CONTENIDOS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ARGENTINA

ISSN: 23139129

E-ISSN: 23139137

DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2016.0502.zun>

<http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/156/187>

El objetivo general del presente trabajo es analizar y operacionalizar el concepto de hueco informativo, a partir del estudio de la cobertura mediática del conflicto entre el gobierno argentino y las principales corporaciones agrarias del país, en 2008. Se desplegó un análisis de contenido cuantitativo sobre los 384 ejemplares publicados por los diarios Clarín, La Nación y Página/12 durante 128 días de contienda. Los resultados del trabajo empírico demostraron, además de una

alta relevancia del caso en la agenda mediática, la existencia de una fuerte competencia entre los contenidos informativos y publicitarios. En ese sentido, se sostiene que el hueco informativo no debe ser considerado como un compartimento estanco, puesto que es habitualmente condicionado por el contenido publicitario, factor central del financiamiento de las empresas periodísticas.

WEB OF SCIENCE™  

**La relevancia de las noticias en la prensa gráfica. Una reflexión teórico metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino, en 2008 (Completo, 2016)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Comunicación y Sociedad, v.: 25 p.:127 - 156, 2016

Palabras clave: RELEVANCIA AGENDA INDICE IMPORTANCIA MÉTODOLOGÍA

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ESPAÑA

E-ISSN: 24489042

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v0i25.4424>

<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc>

El objetivo general del presente trabajo es establecer cuáles son las variables que condicionan la importancia de un caso en las coberturas de prensa gráfica. En función de ello, guiado principalmente por los preceptos de la teoría de la Agenda Setting, se realizó un análisis de contenido sobre la cobertura del denominado "conflicto del campo" de 2008 en la Argentina. El trabajo analítico permitió construir un índice de importancia aplicable al estudio de otros casos.

Scopus  

**Aruguete, Natalia (2015) El poder de la agenda: política, medios y público, Buenos Aires: Biblos. 199 p. (Cuadernos de comunicación). ISBN 978-987-691-391-1 (Reseña, 2016)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Revista Mexicana de Opinión Pública, v.: 21 p.:167 - 169, 2016

Palabras clave: COMUNICACIÓN MEDIOS AGENDA POLÍTICA

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: MEXICO

ISSN: 18707300

E-ISSN: 24484911

<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop>

Reseña del libro de Aruguete, Natalia (2015), "El poder de la agenda: política, medios y público", Buenos Aires: Biblos. 199 p. (Cuadernos de comunicación). ISBN 978-987-691-391-1.



**El conflicto político en los medios gráficos de la Argentina: un estudio de caso (Completo, 2015)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Revista Mexicana de Opinión Pública, v.: 19 p.:81 - 104, 2015

Palabras clave: AGENDA DIARIOS RELEVANCIA VALORACIÓN

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: MEXICO

ISSN: 18707300

E-ISSN: 24484911

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.03.002>

<http://www.journals.unam.mx/index.php/rmop>

La resolución N° 125/08 constituyó una iniciativa del Estado argentino para regular parte de la renta diferencial del sector más importante del agro nacional. La decisión del gobierno de la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner desató una reacción inusitada de las principales corporaciones agrarias del país que enfrentaron al gobierno durante 128 días. El presente estudio pretende analizar, a partir de un análisis de contenido cuantitativo, cuál fue la relevancia del caso en las coberturas de los diarios Clarín y Página/12. Por tratarse de dos periódicos con líneas editoriales diferentes, el análisis comparativo adquiere mayor riqueza. En términos específicos se pretende establecer: 1) cuál fue la frecuencia y jerarquía de cobertura del caso; 2) cuál fue la valoración de la noticia y cómo afectó esta a la relevancia; y 3) si existieron o no diferencias en el tratamiento mediático de los diarios. El trabajo empírico analítico se inscribe en la perspectiva teórica de la Agenda-Setting.



**El análisis de Contenido. Revisión a partir de un estudio de caso (Completo, 2015)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO  
Viator, v.: 1 p.:107 - 128, 2015  
Palabras clave: METODOLOGÍA AGENDA ANÁLISIS DE CONTENIDO  
Medio de divulgación: Internet  
Lugar de publicación: ARGENTINA  
ISSN: 00835897  
E-ISSN: 20310234

<http://revista.fhycs.unju.edu.ar/revistaviator/index.php/viator/article/view/5/9>

El análisis de contenido constituye una metodología ampliamente utilizada en investigaciones del Campo de la Comunicación en Estados Unidos y algunos países de Europa. Sin embargo, esta no cuenta con un significativo desarrollo en América Latina en general, ni Argentina en particular. El objetivo central de este trabajo es reponer de manera crítica sus principales características, componentes y etapas, de modo de contribuir con su conocimiento y puesta en práctica en nuevos proyectos de investigación.

WEB OF SCIENCE™ Scopus®

### **La relevancia noticiosa en la prensa gráfica. Análisis comparativo del caso de YPF entre los principales periódicos argentinos y españoles (Completo, 2015)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO  
Encuentros, v.: 13 2 , p.:39 - 55, 2015  
Medio de divulgación: Internet  
Lugar de publicación: COLOMBIA  
ISSN: 23436131  
E-ISSN: 26108046  
DOI: <https://doi.org/10.15665/re.v13i2.497>  
<http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/497>

### **La relevancia noticiosa en la prensa gráfica. Análisis comparativo del caso de YPF entre los principales periódicos argentinos y españoles (Completo, 2015)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , NATALIA ARUGUETE  
Encuentros, v.: 13 2 , p.:39 - 55, 2015  
Palabras clave: AGENDA ESPAÑA ARGENTINA YPF  
Medio de divulgación: Internet  
Lugar de publicación: COLOMBIA  
ISSN: 23436131  
E-ISSN: 26108046  
DOI: <https://doi.org/10.15665/re.v13i2.497>  
<http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/497>

El objetivo del presente trabajo es comparar la cobertura mediática del proceso de estatización de YPF en la prensa gráfica argentina y en la española. Para tal fin se aplica la metodología del análisis de contenido en el estudio de las noticias publicadas en las portadas de los diarios argentinos Clarín, La Nación y Página/12 y los españoles ABC, El Mundo y El País sobre este caso. Concretamente, se procura establecer: 1) la frecuencia informativa de la estatización de YPF; 2) la jerarquía noticiosa del issue y; 3) las variables asociadas a la importancia que el tema adquirió en los diarios. Los resultados del trabajo empírico arrojan un comportamiento similar de los 6 periódicos respecto de los picos de mayor cobertura informativa, aunque se hallan diferencias sustanciales en términos de jerarquía. Finalmente, mientras que la valoración de la noticia resulta predominantemente negativa en la prensa española, los diarios argentinos muestran diferencias sustanciales entre sí. Se concluye que el tratamiento noticioso se vio afectado por los contextos nacionales en los que se desenvuelven los medios analizados. El estudio se inscribe en la perspectiva teórica de la Agenda Setting.

### **La controversia como factor de relevancia noticiosa: un análisis del conflicto "campo-gobierno" de 2008 en la Argentina (Completo, 2014)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO  
Austral Comunicación, v.: 3 2 , p.:171 - 200, 2014  
Palabras clave: RELEVANCIA VALENCIA CONTROVERSIA AGENDA  
Medio de divulgación: Internet  
Lugar de publicación: ARGENTINA  
ISSN: 23139129  
E-ISSN: 23139137  
DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2014.0302.zun>

<http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/104>

Tradicionalmente, la perspectiva teórica de la Agenda Setting ha considerado dos dimensiones centrales para medir la importancia de las noticias en la prensa gráfica: la frecuencia de cobertura - cantidad de noticias publicadas sobre un tópico- y la jerarquía informativa, medida a partir de diversos indicadores como el tamaño de las noticias, el acompañamiento de imágenes o el lugar del diario en que estas se emplazan. Algunos autores plantean que una tercera dimensión, la valencia -o tono valorativo-, habitualmente considerada como un atributo de las noticias en el segundo nivel de análisis de la Agenda Setting, podría incorporarse como un nuevo componente de la relevancia de los issues en la agenda mediática. El objetivo general del presente trabajo es establecer cuáles son las variables que condicionan la importancia de un caso en las coberturas de prensa gráfica. Para ello se aplicó la metodología del Análisis de Contenido sobre el tratamiento noticioso de los diarios Clarín y Página/12 sobre un conflicto de alto impacto económico, político y social, como lo fue el enfrentamiento entre el gobierno de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner y las principales corporaciones agrarias argentinas en 2008. En términos específicos se pretende: 1) describir la relación de la valencia con la frecuencia informativa; 2) establecer si existe un vínculo entre el carácter evaluativo de las notas y su jerarquía; y 3) corroborar o refutar para este caso si la valencia puede considerarse como un nuevo indicador de la relevancia noticiosa en la prensa gráfica.

WEB OF SCIENCE™ [latindex](#)

### **Diario Clarín y sus fuentes de información. Un estudio de caso (Completo, 2013)**

NATALIA ARUGUETE , ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Íconos - Revista de Ciencias Sociales, v.: 46 p.:15 - 31, 2013

Palabras clave: CLARIN FUENTES CONFLICTO INDEXING

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ECUADOR

E-ISSN: 13908065

[http://www.flacoandes.org/iconos/images/pdfs/Iconos46/146\\_2\\_Aruguete\\_Zunio.pdf](http://www.flacoandes.org/iconos/images/pdfs/Iconos46/146_2_Aruguete_Zunio.pdf)

El llamado "conflicto del campo", que tuvo lugar en la Argentina en el año 2008, inauguró un escenario de confrontación entre el Gobierno nacional y las principales corporaciones agrarias del país. El diario Clarín hizo una profusa cobertura de este caso, que puede ser abordada desde diversas dimensiones. En este trabajo se analiza puntualmente la relación que este matutino entabló con sus fuentes de información durante los meses más álgidos de la controversia desatada entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y el agro pampeano (marzo-julio de 2008). La base conceptual de este estudio es la teoría del Indexing. Se procura indagar si el tipo de tratamiento que Clarín dio a las fuentes oficiales y no oficiales puede ser explicado por la hipótesis de esta teoría.

WEB OF SCIENCE™ [latindex](#)

### **Transformación de las Industrias Culturales en la Argentina: un estudio de caso a partir del proceso de concentración del Grupo Clarín (Completo, 2013)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Question, v.: 1 37 , p.:410 - 423, 2013

Palabras clave: CLARÍN ECONOMÍA POLÍTICA CONCENTRACIÓN

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ARGENTINA

E-ISSN: 16696581

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1742/1495>

El objetivo general del presente trabajo es analizar el proceso de crecimiento y de consolidación del Grupo Clarín. Tal decisión se fundamenta en dos cuestiones centrales. En primer término, el estudio del multimedio constituye un caso que puede resultar útil para comprender las características del proceso de reconversión -y concentración- de las industrias culturales en Argentina en particular y en América Latina en general. En segundo lugar, la elección del holding se sustenta en que su posición dominante en el mercado nacional "robustece su centralidad a la hora de erigirse como referencia para la construcción de la agenda pública y mediática" (Becerra y Mastrini, 2009: 65). En consecuencia, se pretende analizar el proceso de consolidación de Clarín teniendo en cuenta dos variables que están íntimamente relacionadas: 1) la evolución del grupo en relación con el desarrollo de las diferentes ramas de las Industrias Culturales en los últimos cuarenta años, y 2) los modelos de intervención del Estado en la regulación de los medios de comunicación en ese período. El presente trabajo constituye un estudio exploratorio de caso que se enmarca dentro de la perspectiva teórica de la Economía Política de la Comunicación.

WEB OF SCIENCE™ [latindex](#)

### **los principales diarios del país (Completo, 2013)**

NADIA KOZINER, ESTEBAN ANDRES ZUNINO  
Global Media Journal México, v.: 10 19, p.:1 - 25, 2013  
Palabras clave: AGENDA MEDIOS ESTATIZACIÓN YPF  
Medio de divulgación: Internet  
Lugar de publicación: MEXICO  
E-ISSN: 20072031

[https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ\\_EI/article/view/17/17](https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/17/17)

El 16 de abril de 2012 el gobierno argentino anunció la decisión de expropiar el 51% de las acciones de YPF S.A. pertenecientes a la petrolera española Repsol. El Poder Ejecutivo esgrimió como argumentos centrales la necesidad de enfrentar una política de vaciamiento ejercida por la controlante y de recuperar la soberanía energética mediante el manejo estatal del petróleo. YPF, además de ser la mayor empresa de Argentina, posee una participación mayoritaria en el mercado de combustibles en el país. Días más tarde, la medida fue ratificada por el Congreso Nacional. La noticia penetró rápidamente en la agenda de los principales medios nacionales e internacionales. El objetivo general del presente trabajo es analizar la cobertura informativa del proceso de estatización de YPF en la prensa gráfica argentina. A partir de un análisis de contenido de las noticias sobre el caso publicadas en portada por los diarios Clarín, La Nación y Página/12, se pretende determinar: 1) la frecuencia informativa de la estatización de YPF; 2) la jerarquía de este issue para cada medio y 3) la valoración de la noticia en las coberturas de cada matutino. El presente trabajo se enmarca en la perspectiva teórica de la Agenda Setting.

[latindex](#)

### **La cobertura mediática de las elecciones presidenciales de 2011 en Argentina: un estudio sobre las agendas de los principales diarios del país (Completo, 2013)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO  
Temas de Comunicación (Uruguay), v.: 25 p.:90 - 104, 2013  
Palabras clave: AGENDA ELECCIONES DIARIOSWEB  
Medio de divulgación: Internet  
Lugar de publicación: VENEZUELA  
ISSN: 07976488

<http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/815/778>

El presente estudio se propone analizar la cobertura mediática de las Elecciones presidenciales de 2011 en Argentina. Enmarcado en la perspectiva teórica de la Agenda Setting y a partir de un Análisis de Contenido sobre las versiones papel y en línea de los diarios Clarín y Página/12 se intentaran establecer las continuidades y rupturas en las agendas informativas de esos medios en sus diferentes formatos. Además, se buscará determinar el modo en que esas agendas se influyeron mutuamente.

### **La responsabilidad de los actores en la cobertura mediática del "conflicto del campo" de 2008: un estudio de caso a partir de la realidad argentina (Completo, 2011)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO, NATALIA ARUGUETE  
Intersecciones en Comunicación, v.: 6 1, p.:27 - 56, 2011  
Palabras clave: CAMPO GOBIERNO CLARÍN AUTORES  
Medio de divulgación: Internet  
Lugar de publicación: ARGENTINA  
ISSN: 15152332  
E-ISSN: 22504184

<http://www.soc.unicen.edu.ar/images/stories/publicaciones/icom6/02zunino.pdf>

El objetivo de este trabajo es analizar la cobertura mediática hecha por Clarín, el diario más importante de la Argentina y el de mayor circulación en el mundo de habla hispana, sobre el llamado "conflicto del campo", que enfrentó al gobierno argentino de Cristina Fernández de Kirchner y al sector agrario, en el año 2008. Los objetivos específicos apuntan a conocer: 1) el tratamiento noticioso que se hizo de los distintos actores involucrados en este caso; 2) el nivel de incumbencia que recayó sobre ellos; y 3) si tal atribución de responsabilidad fue preponderantemente individual o institucional. Por intermedio de la metodología del Análisis de Contenido se estableció si éstos fueron mencionados en términos institucionales, individuales o mixtos. Los resultados evidencian que la atribución individual (49%) superó a la atribución institucional (39,4%) y a la atribución mixta (11.6%), situación que demuestra que la espectacularización y descontextualización de la noticia estuvieron presentes en la cobertura del caso.

[latindex](#)

**La representación mediática del conflicto político: un estudio sobre la cobertura informativa del enfrentamiento entre "gobierno y campo" en 2008. (Completo, 2011)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Em Questão, v.: 17 1 2011, p.:91 - 107, 2011

Palabras clave: CONFLICTO CAMPO GOBIERNO MEDIOS

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: BRASIL

E-ISSN: 18085245

<http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/18979/12493>

Este trabajo se propone analizar la cobertura mediática del diario Clarín sobre la implementación de la Resolución N° 125/08 de retenciones móviles a las exportaciones agrícolas. Esta medida fue el detonante de un conflicto de características inéditas entre los sectores más poderosos del agro y el gobierno de la Republica Argentina. A partir del Análisis de Contenido se procura describir el grado de relevancia otorgado al caso en el medio, la valoración predominante del tratamiento noticioso y los atributos con los que fueron presentados los temas en el período comprendido entre el 11 de marzo de 2008, momento del anuncio de la Resolución 125, hasta el 17 de julio del mismo año, día de su derogación en el Senado de la Nación. La base conceptual del trabajo empírico de este proyecto será la teoría de la Agenda Setting.

WEB OF SCIENCE™ [latindex](#)

**EL CONFLICTO CAMPO - GOBIERNO EN CLARÍN: UN ANÁLISIS SOBRE LA SELECCIÓN DE LOS TEMAS Y LA VALORACIÓN DE LA NOTICIA (Completo, 2010)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Question, v.: 27 2010, p.:1 - 16, 2010

Palabras clave: CAMPO GOBIERNO CLARIN AGENDA

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: ARGENTINA

E-ISSN: 16696581

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1036>

La Resolución 125, anunciada el 11 de marzo de 2008, fijaba nuevos derechos de exportación a los principales commodities que produce el agro argentino. La medida provocó una reacción inusitada de los sectores rurales nucleados en las entidades agropecuarias más importantes del país, que incluyó manifestaciones, cortes de ruta, y que provocó desabastecimiento en los principales centros urbanos. El tratamiento mediático del conflicto repercutió en las grandes ciudades transformando un reclamo sectorial en un asunto de alcance nacional. El presente trabajo indaga sobre el proceso de inclusión/exclusión de los diferentes temas relacionados a la Resolución N° 125/08 en la agenda mediática de Clarín, el diario más importante del país. Por su parte, se procura analizar la valoración con la que este medio se refirió a los mismos. Esta investigación se enmarca en la perspectiva teórica de la Agenda Setting.

WEB OF SCIENCE™ [latindex](#)

**La cobertura mediática del conflicto "campo - gobierno". Un estudio de caso (Completo, 2010)**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO, NATALIA ARUGUETE

Global Media Journal México, v.: 7 14 , p.:1 - 26, 2010

Palabras clave: CONFLICTO MEDIOS COBERTURA AGENDA

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: MEXICO

E-ISSN: 20072031

[https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ\\_EI/article/view/7](https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/7)

Este trabajo estudia la cobertura que Clarín, el diario más leído de Argentina y el de mayor circulación en el mundo de habla hispana, realizó del conflicto "campo - gobierno", suscitado a partir de la aplicación de retenciones móviles a la exportación de algunos productos primarios (Resolución N° 125/2008). El objetivo es conocer la relevancia noticiosa que cobró este caso a lo largo del tiempo y los temas predominantes en la información publicada. La base conceptual del trabajo empírico es la teoría de la Agenda Setting. Ciertas premisas de esta perspectiva teórica son clave para el análisis del tipo de cobertura que realizó el matutino Clarín sobre este conflicto

[latindex](#)

**ARTÍCULOS ACEPTADOS**

**ARBITRADOS**

## Los encuadres de la guerra en Ucrania: un estudio sobre los medios digitales argentinos (Completo, 2023)

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , ANTONELLA ARCANGELETTI

Comunicación y Medios, v.: 32 48 , 2023

Palabras clave: ENCUADRES GUERRA UCRANIA RUSIA INFORMACION

Medio de divulgación: Internet

Lugar de publicación: CHILE

Preprint disponible

Fecha de aceptación: 30/10/2023

ISSN: 07163991

E-ISSN: 07191529

<https://comunicacionymedios.uchile.cl/>

El conflicto bélico entre Rusia y Ucrania acaparó la atención mediática a nivel global, situación que no escapó a la Argentina. Este trabajo analiza el tratamiento informativo de los principales medios digitales argentinos sobre el asunto entre febrero y mayo de 2022. A partir del objetivo general de identificar qué encuadres dominaron el tratamiento informativo, se indagó sobre la influencia de las fuentes internacionales y los flujos globales de información en el entorno digital. Los resultados de un análisis de contenido extenso evidencian el predominio de una visión occidental del problema. En tanto, se avizora una fuerte influencia de las agencias europeas y estadounidenses en los encuadres propalados por los medios argentinos. En cambio, la versión rusa del problema no sólo fue minoritaria, sino que, cuando apareció, fue sistemáticamente desacreditada. La evidencia de flujos informativos concentrados y asimétricos abre la discusión sobre el acceso a la información en pleno apogeo de la convergencia digital.

### LIBROS

#### **Cuatro tesis sobre Información y democracia en la convergencia digital ( Participación , 2023)** Publicado

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Editor/Compilador: NIC.AR

Editorial: NIC.AR

Tipo de publicación: Divulgación

Escrito por invitación

Palabras clave: PERIODISMO MEDIOS INTERNET DEMOCRACIA

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 978-987-48729-7-5

<https://democraciaenred.ar/>

El presente capítulo plantea cuatro tesis sobre periodismo y democracia en el entorno digital.

Capítulos:

Cuatro tesis sobre Información y democracia en la convergencia digital

Página inicial 63, Página final 72

#### **Entre lo local y lo global. Saberes, espacios y movilidades en tiempos de pandemia ( Participación , 2023)**

Publicado

CARLOS DEL VALLE , ESTEBAN ANDRES ZUNINO , SANDRA RIQUELME , FRANCISCA SILVA

Editor/Compilador: CIESPAL

Edición: 1

Editorial: CIESPAL , ECUADOR

Tipo de publicación: Investigación

DOI: <https://doi.org/10.16921/ciespal.51>

Referado

Escrito por invitación

Palabras clave: MEDIOS MIGRACION ARGENTINA CHILE

Medio de divulgación: Internet

ISSN/ISBN: 978-9978-55-209-4

<https://ediciones.ciespal.org/index.php/ediciones/catalog/book/51>

Mediatizaciones de la migración en la prensa argentina y chilena: Tratamiento de las narrativas socioculturales de la exclusión.

Capítulos:

Mediatizaciones de la migración en la prensa argentina y chilena: Tratamiento de las narrativas

**Covid-19 and the Sociology of Risk and Uncertainty Studies of Social Phenomena and Social Theory Across 6 Continents ( Participación , 2022)** Publicado

BRENDA FOCÁS , ESTEBAN ANDRES ZUNINO  
Editor/Compilador: SPRINGER  
Edición: 1  
Editorial: Palgrave Macmillan / SPRINGER , ESTADOS UNIDOS  
Tipo de publicación: Investigación  
Referado  
Escrito por invitación  
Palabras clave: COVID-19 MEDIOS RIESGO COMUNICACIÓN  
Medio de divulgación: Internet  
ISSN/ISBN: 978-3030951665  
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-95167-2>

This book provides a global perspective on COVID-19, taking the heterogenous realities of the pandemic into account. Contributions are rooted in critical social science studies of risk and uncertainty and characterized by theoretical approaches such as cultural theory, risk society theory, governmentality perspectives, and many important insights from ?southern? theories. Some of the chapters in the book have a more theoretical-conceptual emphasis, while others are more empirically oriented ? but all chapters engage in an insightful dialogue between the theoretical and the empirical, in order to develop a rich, diverse and textured picture of the new challenge the world is facing and responding to. Addressing multiple levels of responses to the coronavirus, as understood in terms of, institutional and governance policies, media communication and interpretation, and the sense-making and actions of individual citizens in their everyday lives, the book brings together a diverse range of studies from across 6 continents. These chapters are connected by a common emphasis on applying critical theoretical approaches which help make sense of, and critique, the responses of states, organisations and individuals to the social phenomena emerging amid the Corona pandemic.

Capítulos:  
COVID-19 in Argentina: Risks, Media, and Fears in Pandemic Times  
Página inicial 1, Página final 14

**La teoría de la Agenda Setting en jaque ( Participación , 2021)** Publicado

ESTEBAN ANDRES ZUNINO  
Editor/Compilador: Daniel Cabrera (UBA) / PROMETEO  
Edición: 1  
Editorial: Prometeo , ARGENTINA  
Tipo de publicación: Investigación  
Escrito por invitación  
Palabras clave: AGENDA MEDIOS TEORÍA INVESTIGACIÓN PÚBLICOS  
Medio de divulgación: Papel  
ISSN/ISBN: 978-987-8451-40-4

El capítulo del libro repasa el desarrollo de la investigación en Comunicación bajo el paradigma de la teoría de la Agenda Setting desde sus inicios, en 1968 en Chappell Hill, Estados Unidos. En su recorrido se despliegan sus tres niveles de análisis, su diferentes fases de indagación, una sistematización de la evidencia empírica construida a lo largo y ancho del mundo, y un debate respecto de la validez de sus premisas en los nuevos entornos convergentes.

Capítulos:  
Agenda Setting: medio siglo de tradición en investigación  
Página inicial 25, Página final 52

**Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019) ( Participación , 2021)** Publicado

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , NATALIA ARUGUETE , ANTONELLA ARCANGELETTI  
Edición: 1  
Editorial: SIPREBA  
Tipo de publicación: Investigación  
Escrito por invitación

Palabras clave: COMUNICACIÓN REGULACIÓN CONTENIDOS MEDIOS

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 978-987-48186-1-4

La llegada al Gobierno de Mauricio Macri estuvo vinculada a la palabra "cambio". El nombre de la alianza política que encabezó, Cambiemos, y un discurso público recurrente, enfatizaban la necesidad de alterar el devenir de la política y la economía argentina signado por la presencia negativa del peronismo. En este libro procuramos analizar el "cambio" en un área delimitada: las actividades de comunicación masiva, en particular los medios de comunicación, con especial atención a las políticas de comunicación y el desarrollo económico del ecosistema mediático que, en su actual fase convergente, involucra también otros sectores como Internet y las telecomunicaciones. Los capítulos procuran registrar la "intensidad" del cambio y cuáles fueron las principales directrices que orientaron el accionar del Estado. En trabajos anteriores se ha sostenido que en sus inicios, el gobierno de Macri ensayó una restauración más que un cambio (Becerra, 2016), es decir, una re-regulación orientada a promover el desarrollo de los jugadores más grandes del sistema, bajo el paraguas discursivo de una competencia que encontró poco reflejo en la estructura real de las comunicaciones. Los conglomerados de medios más importantes acompañaron en líneas generales las políticas gubernamentales con un entusiasmo pocas veces registrado, al menos desde la recuperación del régimen constitucional de gobierno en 1983. Sin embargo, y a diferencia del ciclo kirchnerista, el debate público en torno al sistema de comunicación, a su regulación y a sus intereses, volvió a ser terreno de interesados y especialistas. Las organizaciones de la sociedad civil y las entidades profesionales de los medios menguaron su activismo mediático en los cuatro años de gobierno de Macri. Más allá de los intentos de gremios de trabajadores de medios afectados por los despidos y cierres de numerosas empresas, de algunos grupos académicos y actores de la comunicación comunitaria de sostener críticas a los efectos de la restauración macrista, las políticas de comunicación abandonaron el centro del debate público. Este libro tiene por objetivo analizar y comprender las políticas de comunicación del gobierno de Macri desde diversos temas, puntos de vista y abordajes. Antes de ello, resulta preciso caracterizar de manera resumida las políticas económicas, institucionales y culturales del macrismo que dieron contexto al sistema de comunicaciones. La idea de cambio fue acompañada por una caracterización de la Argentina como un país signado por el atraso. En efecto, para el macrismo, una sucesión de gobiernos populistas habían distanciado a la Argentina de las principales transformaciones que estaban ocurriendo en el mundo. Su programa proponía una integración a la economía globalizada del siglo XXI y para ello era necesario sacrificar los sectores que no estuvieran en condiciones de competir en dicho contexto. Sin embargo, a un año de iniciada su presidencia, el triunfo de Donald Trump en Estados Unidos matizó el devenir globalizador. El gobierno argentino no supo, no quiso o no pudo registrar la importante novedad y mantuvo su enfoque aperturista ante un mundo que comenzaba a disponer nuevas dosis y renovadas lógicas de proteccionismo. Las políticas económicas tocaron acordes que ya estaban presentes en la memoria de los argentinos. Apertura de las importaciones, libre flujo de capitales y rebajas impositivas para algunos sectores de altos ingresos. La merma de la recaudación estatal traería aparejado un crecimiento del ya importante déficit fiscal heredado. El macrismo nunca pudo resolver las contradicciones entre el ajuste y el aumento del déficit. Así, por un lado, aumentó exponencialmente las tarifas de los servicios públicos con el objetivo de reducir los subsidios, pero, al mismo tiempo, rebajó las retenciones y aumentó el gasto en seguridad social a partir de la denominada reparación histórica de las jubilaciones (que por cierto benefició a las escalas jubilatorias más altas, o menos bajas). Con un déficit fiscal muy significativo, y privados de una inversión extranjera que siempre prometió más de lo que cumplió, se abrieron todos los canales para el desarrollo de un mercado financiero de creciente envergadura. Como si Argentina nunca hubiese sido partícipe de la "timba", se generaron todas las condiciones para un carry trade de alta escala, que una vez más dejaría como ganadores a los que conocen lo suficiente el juego como para retirarse del baile justo antes de que se apague la música. La velocidad del endeudamiento macrista y su debacle tan inmediata fue de tal magnitud, que incluso grandes fondos internacionales quedaron atrapados en bonos en pesos una vez acabada la fiesta especulativa. Como señalan García Zanotti, Schorr y Cassini (2021) unos pocos sectores lograron tener rendimientos exitosos durante el gobierno de Macri: el financiero, los servicios públicos, las telecomunicaciones y, en menor medida, las ramas oligopólicas como la automotriz. La industria en general resultó perjudicada y se produjo una desindustrialización de la cúspide del poder económico. Los autores observan que entre los sectores de la economía real más favorecidos se destacan aquellos que poseen un precio que involucra de algún modo la intervención estatal. En términos generales, puede sostenerse que el ciclo económico del gobierno de Cambiemos comenzó a colapsar cuando los inversores financieros internacionales decidieron dejar de apostar por Argentina y comenzaron a retirar sus activos del país, ante lo cual no había manera de sostener el déficit fiscal y la moneda local comenzó un nuevo y acelerado proceso devaluatorio. A todas luces la propuesta económica de Macri no logró atraer inversiones productivas y por lo tanto dependió excesivamente del endeudamiento externo. La inserción del país en el mundo globalizado solo tuvo lugar en el discurso del presidente y sus colaboradores directos. A nivel político, el

gobierno de Macri constituyó la primera experiencia argentina de un gobierno nitidamente de derecha surgido en elecciones libres. Siguiendo a Andrés Malamud, Matías Triguboff plantea que el PRO se propuso como un partido moderno y estructurado con fuertes afinidades con el pensamiento liberal y favorable al libre mercado, aunque de carácter "supra ideológico", con cuadros provenientes tanto de la sociedad civil, las ONG y las empresas como del peronismo y el radicalismo (Triguboff, 2020). Para ganar las elecciones constituyó una alianza con la Unión Cívica Radical y la Coalición Cívica, aunque luego de las mismas las decisiones se tomaron en el estrecho círculo presidencial. Si bien el debate público se concentró en el área económica, también resultó relevante recordar algunos aspectos controvertidos en el campo político. En este terreno, se destacó la propuesta de nombramiento de miembros de la Corte Suprema por decreto, la reducción y desfinanciamiento de políticas públicas (fundamentalmente en las áreas de educación, salud, ciencia y tecnología), y las reformas jubilatoria y migratoria. Dado que el Gobierno no tenía mayoría en ninguna de las dos cámaras del Congreso de la Nación, al menos durante los primeros años contó con los votos de un sector del peronismo no kirchnerista que avaló las principales medidas adoptadas. Entre estas, la ratificación del DNU 267/15 que modificó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Esta situación comenzó a cambiar luego de la tumultuosa aprobación de la reforma jubilatoria en diciembre de 2017. Si bien en octubre de dicho año el Gobierno había logrado un excelente desempeño en las elecciones legislativas de medio término, no pudo aprovechar el envión moral de dicho triunfo, y a partir de 2018 comenzó un progresivo desgaste que concluiría con la debacle electoral de 2019. Como señalan Morresi y Vicente (2019), "la propuesta de un gobierno abierto y pragmático, capaz de liderar un "cambio cultural", se fue diluyendo en la medida que el Gobierno se sumió en una cerrazón con tintes doctrinarios y antipluralistas, que mixturó una identidad antiperonista clásica con un neoliberalismo rearmado sin reparos para flirtear con propuestas autoritarias". Cabe destacar que durante el gobierno de Cambiemos uno de los pocos derechos que se legislaron a instancias del oficialismo fue el del acceso a la información pública. Si bien el Gobierno habilitó sobre el final del mandato el debate sobre la interrupción legal del embarazo, en los hechos no puso mucha enjundia para la aprobación de la ley, y fue finalmente rechazada en la Cámara de Senadores. La cultura no constituyó un ámbito privilegiado de intervención de la gestión. Como destaca Gabriel Vommaro (2017), el Gobierno sí hizo mucho hincapié en la transición de la sociedad mediante un "cambio cultural" que conlleve una apertura al exterior, y el paso de una sociedad de consumo a otra de inversión. Desde el Ministerio de Cultura (luego degradado a Secretaría) varios de los programas de sostenimiento cultural del kirchnerismo fueron interrumpidos o desfinanciados y se reorientaron las políticas culturales hacia una visión vinculada con el emprendedurismo cultural y la innovación. Como señala Clarisa Fernández (2017): "Cambiemos despliega un modelo de políticas culturales entre emprendedor y neoliberal, que tiene bases teóricas en el mundo anglosajón y que se basa en el concepto de creatividad". Por su parte, Lacarrieu y Cerdeira (2016) identifican en la política cultural de Cambiemos una recolocación del Estado en el papel de "facilitador", dado que no aparecen propuestas desde lo estatal que se comprometan con la construcción de una democracia cultural inclusiva, y tampoco la apuesta por crear un sentido más participativo de la cultura. Como se analizará de forma detallada a lo largo del libro, el cambio más importante tuvo lugar con las modificaciones realizadas a la LSCA. Esto tuvo un fuerte impacto económico, ya que facilitó que las comunicaciones "en un sentido amplio, es decir, considerando a los medios, a las telecomunicaciones y a Internet" constituyeran un ámbito privilegiado de acumulación (Constantino, 2019). La fusión entre Telecom y Cablevisión fue de tal magnitud para la economía argentina que incluso impactó en el aumento de la Inversión Extranjera Directa en 2018. Los empresarios de los grandes medios, de todas formas, asumieron que pese al contexto regulatorio favorable del gobierno de Cambiemos, debían pensar nuevos modelos de negocios ante el impacto de la digitalización como proceso global disruptivo de todas las actividades infocomunicacionales. Dos de los empresarios más visionarios tomaron estrategias diferentes para responder a la incertidumbre. Mientras que el líder de Clarín, Héctor Magnetto, apostó por desplazar la obtención de las ganancias de la creación de contenidos hacia el sector de la conectividad, Daniel Hadad apostó a aprovechar la dinámica global exportando su exitosa marca Infobae a otros países de la región. Como en otras áreas, las políticas de comunicación tuvieron un sesgo liberal (no en sentido anglosajón, sino latinoamericano) y de retraimiento de la intervención estatal en la producción directa de bienes y servicios de comunicación. Esta retirada parcial no implicó neutralidad por parte de la conducción estatal, ya que existieron políticas activas que beneficiaron a grupos de medios particulares, con especial consideración hacia el Grupo Clarín y, en menor cuantía, hacia el Grupo La Nación. 9A nivel de uso y acceso social a los medios de comunicación, la combinación de las restricciones económicas con el impacto de la digitalización, contribuyó a que el consumo de los medios tradicionales declinara y se potenciara el de las plataformas de acceso gratuito o tarifa plana de bajo costo. Los análisis desplegados en este libro continúan y complementan los realizados en un libro anterior titulado Medios en guerra, donde analizamos las políticas de comunicaciones del kirchnerismo y la transición de la gestión de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011 y 2011-2015) a Macri. En este libro el abordaje es más variado temáticamente y también incluye una gama

mayor de perspectivas analíticas sobre el objeto de estudio. Al caracterizar el ciclo kirchnerista destacábamos que la política de comunicación resultó sumamente interesante en su esplendor y en su fracaso. Niveles de debate social nunca vistos, compromiso del Estado en sus tres poderes, impulsos transgresores del Poder Ejecutivo, fallos del Poder Judicial que sustentaron visiones progresistas de la comunicación, y una movilización social sobre la importancia de la democratización de la comunicación realzan un conjunto de iniciativas que supieron ser ejemplares en América Latina. La aplicación de la ley audiovisual y de otras políticas complementarias desde una perspectiva partidaria enseña la importancia de la construcción colectiva más allá de la coyuntura política de un gobierno. En Argentina, al menos, repetir los pasos más virtuosos de la experiencia llevará años. Respecto del período macrista, tempranamente se advertía que, desprovistos de su retórica modernizadora, los cambios instrumentados por el Gobierno desde diciembre de 2015 tenían un afán conservacionista y restaurador (Becerra, 2016) y que cedía las principales variables regulatorias a los grupos dominantes del sector de medios audiovisuales y, en menor medida, de telecomunicaciones. Esta cesión omitía un problema central, que consiste en que ni los grupos dominantes hace cuatro años convivían en armonía, debido a sus intereses contradictorios (y, en algunos casos, mutuamente excluyentes) en varios eslabones de la cadena de producción, transporte, comercialización y exhibición final de flujos de comunicación; ni su dominio podía dilatarse por actos voluntarios ni de regulación legal, toda vez que su posición sufría (y sufre) el apremio de otros conglomerados de operación global que desafían los principios conceptuales, políticos y económicos de la regulación dispuesta por Macri. Este libro es el resultado del trabajo del programa de investigación Industrias Culturales y Políticas de Comunicación en Argentina, desarrollado en la Universidad Nacional de Quilmes e integrado por un conjunto de investigadores, docentes, doctorandos, maestrandos y estudiantes de grado. A lo largo de más de veinte años, las investigaciones del programa han colaborado a la comprensión del sistema de comunicaciones argentino y a la elaboración de insumos para las políticas públicas y para los distintos actores del ecosistema comunicacional. El trabajo desarrollado constituye una línea de investigación original en el sistema científico argentino y refiere al abordaje propio de la economía política y las políticas de la cultura y la comunicación, de los procesos de estructuración, acceso, regulación, convergencia tecnológica y concentración de las industrias de la comunicación, la información y la cultura. Esta línea tiene en la Universidad Nacional de Quilmes sólidos antecedentes, con dos décadas de proyectos y programas de investigación acreditados tras evaluaciones externas. En este lapso, diversas investigaciones del equipo que fueron desarrolladas han sido utilizadas como insumos para la adopción y discusión de políticas públicas, así como material de referencia para actores sociales en relación con la estructuración y regulación de medios de comunicación, plataformas digitales, actividades convergentes e industrias culturales, tanto en la Argentina como en otros países latinoamericanos. La línea de investigación en economía política de la comunicación y la cultura es acompañada por los estudios de agenda setting y framing, que han demostrado ser complementarios para una mejor comprensión de producción, distribución, uso y acceso de los flujos de comunicación y su puesta en circulación social. Los estudios de Economía Política de la Comunicación (EPC) fueron desarrollados dentro del campo de las ciencias de la comunicación, aunque resultan del cruce de diversos campos académicos: la economía, la ciencia política y las llamadas propias ciencias de la comunicación. Ninguna de las áreas de conocimiento mostró hasta hace pocas décadas especial interés por realizar abordajes que integran estos aspectos. De modo que este pensamiento resulta original y crítico a la vez. Desde nuestra perspectiva, los estudios de EPC tienen sentido como punto de partida para entender las relaciones sociales desde una perspectiva abierta y no reduccionista. Aunque no pretenden dar cuenta de toda la complejidad del fenómeno comunicacional, sí se entiende que constituyen una herramienta necesaria. El objeto general de estudio de la EPC se centra en las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder que constituyen la producción, distribución y consumo de los bienes simbólicos. El desarrollo actual del sistema capitalista, que otorga una dimensión central a la información y la cultura, amplía el poder comprensivo de la EPC y revela su importancia tanto en el interior del campo de la Economía Política, como en el de las teorías de la comunicación. Las políticas de comunicación constituyen una preocupación central de la economía política desde sus inicios. Por su parte, un conjunto de investigadores que no adscriben a la EPC han desarrollado estudios sobre el rol del estado en la conformación del sistema de medios, aunque durante muchos años, las políticas de comunicación ocuparon un lugar marginal tanto en la agenda académica como en la de los gobiernos. De acuerdo a nuestra perspectiva, las políticas de comunicación deben ser consideradas dentro del vasto y complejo campo de las políticas culturales. Ramón Zallo señala que el reto de las políticas de comunicación y cultura es doble: (?) saber combinar, de un lado, las medidas democratizadoras y de la igualdad en el acceso con las políticas culturales de la diferencia y de la diversidad tanto en la creación, producción o usos, así como la incorporación de nuevos paradigmas como codecisión, sostenibilidad, desarrollo cultural, derecho a la cultura?; y de otro lado, definir y promover una agenda de temáticas en situación de cambio que requieran atención. (Zallo, 2011, p. 349) En la compleja relación Estado, medios y sociedad, la acción pública en la definición de políticas de medios resulta indispensable. Si se pretende definir un espacio comunicacional

democrático y participativo, la simple intervención del Estado no es suficiente, sino que la misma debe estar fundada en determinadas orientaciones y contenidos políticos y culturales. Se entiende como intervención democratizadora aquella práctica que amplía las posibilidades de acceso y participación de la ciudadanía, no solo considerada como público o audiencia, sino también en su potencial capacidad para la producción de expresiones y lógicamente incluida en los procesos de la toma de decisiones sobre las políticas generales. La política de comunicación se entiende aquí como el sistemático intento de alcanzar una estructura concreta de medios (con especial atención al sector audiovisual), a través de un proceso eminentemente político en el que participan, con desigual capacidad, el Estado y el Gobierno, los partidos políticos, el sector empresarial y la ciudadanía. Dicho proceso está determinado por el conflicto de intereses entre los actores mencionados, cuya resolución temporal genera un marco regulatorio en el que se usan diferentes herramientas para alcanzar los objetivos y metas establecidos. El proceso de definición de políticas de comunicación interactúa permanentemente con los desarrollos económico y tecnológico. Es cada vez más inestable y dinámico, y queda expuesto a permanente revisión. Para complementar los enfoques de la economía política de la comunicación y las políticas de comunicación, el equipo ha desarrollado una línea de investigación basada en el análisis de los contenidos. Esta línea toma como referencia una serie de nociones inscriptas en la teoría de la agenda setting, tales como la agenda de temas y la relevancia informativa. Los temas son entendidos como una serie de acontecimientos que, dada su semejanza semántica, pueden quedar asociados en una categoría más amplia. Los tópicos y atributos que los medios proponen al público tienen un impacto potencial en la interpretación que las audiencias hacen de tales asuntos. La relevancia, por su parte, puede ser operacionalizada desde la frecuencia de publicaciones y desde la jerarquía noticiosa. Para la operacionalización de la primera nos servimos del concepto de hueco informativo (Budd, 1964), entendido como la cantidad de espacio disponible en los medios para la información noticiosa partiendo de la base de que los espacios más visibles, tanto en medios analógicos como digitales, son acotados y en ellos los asuntos compiten entre sí. Para la estimación de la jerarquía, se tiene en cuenta principalmente el posicionamiento de las noticias, aunque también se analizan cada uno de los rasgos de las piezas informativas que estén orientadas a otorgarles visibilidad con el fin de captar la atención del público, como el uso de recursos audiovisuales, la extensión, los recursos de diseño web y la utilización de hipervínculos, entre otros. Para un mejor abordaje de los cambios sufridos por el sistema de medios durante el gobierno de Macri, hemos dividido el libro en tres partes. En la primera se analizan las decisiones políticas en comunicaciones tanto en general, como conferencias a sectores particulares como son los medios comunitarios y la publicidad oficial. También se aborda el intento de desarrollar una política convergente desde el oficialismo, que tuvo mucho de discurso y poco de logros. En la segunda parte, se analiza la estructura del mercado de medios a partir de los cambios regulatorios producidos en el gobierno de Cambiemos. Incluye tanto el análisis de los grandes grupos de medios como de los medios estatales, el fomento de la producción nacional, y la situación profesional de los periodistas en un mercado que se transforma día a día. Finalmente la tercera parte se focaliza en las agendas mediáticas, la tematización del delito y de cuestiones relativas a géneros y diversidades, así como el análisis de los niveles de noticiabilidad de medidas que afectan directamente los intereses de los empresarios de medios, que tradicionalmente han sido más bajos que los de aquellos acontecimientos que no involucran dichos intereses. A modo de sumario, a continuación se describe el contenido de cada uno de los capítulos. En el primer capítulo, Martín Becerra evalúa las políticas de comunicación del período con perspectiva panorámica y a partir de las tendencias convergentes de las tecnologías que operan como infraestructuras y redes en el amplio sector infocomunicacional. La presidencia de Macri turbó los equilibrios del sistema infocomunicacional, transgredió las normas votadas por el Congreso Nacional en los años previos, tanto relativas al ámbito audiovisual como al de las telecomunicaciones, y auspició un nuevo escenario de reglas de juego y actores. El cierre de medios, en el marco de un proceso global de digitalización del sector, se aceleró en este período con la secuela de pérdida de empleos, el Estado abandonó el protagonismo que había tenido como financiador directo a través de la publicidad oficial durante los gobiernos anteriores y la discrecionalidad de su reparto se atenuó, premiando a los grandes grupos comerciales. Los medios de gestión estatal fueron desfinanciados y vaciados de contenidos y públicos, y se abandonaron las políticas de migración a la plataforma de TV digital. El lapso contiene importantes controversias sobre el derecho a la libertad de expresión. También se discontinuaron las líneas maestras en el sector de telecomunicaciones, cuyos servicios tenían problemas de cobertura y acceso a fines de 2019. En el Capítulo 2, Ana Bizberge estudia las políticas del Gobierno destinadas a promover la convergencia. El enfoque de la convergencia durante la gestión de Macri fue limitado, tanto por el modo de abordaje de los desafíos tecnológicos, de los actores y servicios alcanzados, así como por los desvíos respecto de los planteos dominantes de organismos internacionales que el Gobierno afirmaba seguir. La convergencia se asentó más en el plano discursivo, que en la implementación de políticas. Las intervenciones mantuvieron la separación entre los sectores audiovisual, de telecomunicaciones e Internet, e incluso se abordaron de forma muy limitada los desafíos tecnológicos en cada rama de actividad, centrando las intervenciones sobre los actores tradicionales (de medios y telecomunicaciones), lo

que excluyó a los jugadores de Internet. Además, se trató de una ?convergenciasesgada?, con foco especial en ciertos servicios (TV paga, principalmente, pero también Internet fija y móviles), incluso tecnología y actores (los consolidados), para intervenir sobre infraestructura y estructura de mercado de comunicaciones. Por último se plantea que el Gobierno justificó sus decisiones a partir de los consensos sobre la convergencia alcanzados por organismos internacionales desesgo técnico y económico, de cuyos principios se distanció sistemáticamente como resultado de marchas y contramarchas para responder a los intereses de los grandes actores del sistema de comunicaciones. Alejandro Linares y Jael Altieri investigan en el Capítulo 3 cómo se vieron afectados los medios comunitarios a partir de la orientación de las políticas de Macri. Desde el reconocimiento legal de los medios sin fines de lucro por la LSCA, la lucha de estos medios ya no fue solo por hacer efectiva esa legalidad a través de la obtención de licencias, sino que también se fortaleció la búsqueda de soluciones para la sostenibilidad y el crecimiento de los proyectos comunicacionales en las nuevas condiciones. La cuestión económica ha sido una debilidad histórica del sector y el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA), incluido en la ley audiovisual, significó una herramienta inédita para acompañar el sostenimiento económico de estos medios. Su gestión desde 2016 no se produjo sin sobresaltos que debilitaran su incidencia. El capítulo revisa las condiciones en que desarrolló este programa el organismo responsable durante el macrismo y el vínculo que estableció con las redes representativas de las emisoras. Se considera al FOMECA como una política de recomunicación específica para un sector particular. Como tal, su formulación y aplicación forma parte de un proceso dinámico más amplio en el que intervienen distintos actores, con sus intereses políticos y económicos, con la intención de incidir en la configuración del sistema de medios. Allí, el poder para imponer sus posiciones no es el mismo para todos y los medios comunitarios arrastran un histórico trato desigual por parte del Estado, quien define en última instancia la direccionalidad de estas políticas. En el Capítulo 4, Agustín Espada y Florencia Sosa se detienen a analizar cómo distribuyó el gobierno de Cambiemos la publicidad oficial. El texto realiza una contextualización de la problemática de la distribución de la publicidad oficial en el contexto argentino para adentrarse en lo realizado por el gobierno de Mauricio Macri. Por un lado, se trabaja con la doble cara de la publicidad oficial, ya que se analiza el uso propagandístico de la gestión en los contenidos al tiempo que se pone la lupa en la política de distribución de fondos públicos al momento de contratar los espacios publicitarios en los distintos medios (con sus arbitrariedades y discriminaciones). Por otro lado, se agrega la descripción de un fenómeno que sucedió pocas veces en la historia reciente del país y su impacto en la pauta estatal, como es la concentración en manos de un mismo partido político de las tres cajas más importantes para los medios porteños: Nación, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires. Ya en la segunda parte del libro, Santiago Marino, Martín Razzetto y Matías Villalba estudian en el Capítulo 5 la configuración del ecosistema audiovisual. El trabajo indaga cómo los cambios sucedieron fundamentalmente en un par de ejes: el conjunto de modificaciones al plexo normativo y las configuraciones de los actores que consolidan la dinámica del mercado. El encuadre conceptual comprende a la estructura de propiedad con relación al proceso de devaluación del capital y a la intervención estatal como una cuestión central. El análisis comienza por la puesta en relación de los impactos de las acciones del Estado para la modificación del marco regulatorio. Y se complementa con la descripción de la dinámica del mercado en relación con la estructura de propiedad, la identificación de nuevos tipos de prestadores y los modelos de negocio. Esto permite comprender la convivencia de actores emergentes y tradicionales en un escenario con ventajas competitivas puesto que algunos están regulados y otros no. En el Capítulo 6, Ornella Carboni y Ezequiel Rivero abordan las principales mutaciones en la industria de la ficción seriada televisiva. La crisis en este sector antecede al macrismo y se explica además en el cruce de transformaciones más amplias en la producción, distribución y consumo de los contenidos audiovisuales. No obstante, durante este lapso se aceleró el desplome productivo que se agravó por una política de retiro parcial del Estado y una considerable reducción de los fondos destinados al fomento y la producción de contenidos de ficción nacional. En su clave de lectura teórica el capítulo retoma aportes de la EPC para comprender el lugar histórico de la televisión como medio de alcance masivo, sus lógicas productivas y el tipo de bienes y productos culturales que desarrolla. En este punto es clave la comprensión de los aspectos distintivos de los contenidos de ficción en relación con otros géneros televisivos, tanto en su faz económica por sus altos costos productivos, como cultural y social por su aporte a la diversidad y construcción de la identidad. Esta caracterización interpela la responsabilidad del Estado y las políticas públicas sectoriales en el resguardo, el desarrollo y el sostenimiento de las capacidades productivas de la industria nacional de ficción, en un contexto de creciente transformación tecnológica y fuerte presencia de actores globales en la producción y distribución de contenidos ficcionales. En el Capítulo 7, Natalí Schejtman, Ezequiel Rivero y Martín Becerra analizan el proceso de plataformización de los medios estatales en los últimos años, en el marco del giro de las políticas sobre la televisión y la radio gestionadas por el Gobierno, reconociendo las experiencias promovidas desde el Estado para Internet, entre ellas las prestaciones en línea de la histórica TV Pública (Canal 7); el Archivo Histórico de Radio y Televisión

Argentina S.E. (RTA S.E.); los servicios de video a demanda Contenidos Digitales Abiertos (CDA, 2011-2016); laweb [www.conectate.gob.ar](http://www.conectate.gob.ar) (Ministerio de Educación de la Nación); Cine.ar Play(INCAA y ARSAT); y la plataforma Cont.ar (Contenidos Públicos S.E., SFMyCP). El texto también analiza las principales transformaciones de los proyectos de distribución de contenidos públicos en línea durante el gobierno de Cambiemos en un contexto de profundas asimetrías que existen entre las capacidades de las fuerzas públicas-estatales y las fuerzas del mercado global concentrado, que conducen los procesos de circulación audiovisual en Internet. El Capítulo 8, a cargo de Juan Martín Zanotti y Ezequiel Rivero, se ocupa de analizar los medios público-estatales argentinos en el nivel subnacional, donde ingresan principalmente experiencias de gestión de gobiernos provinciales y universidades públicas. La indagación se enfoca en la producción para televisión dentro de un universo de más de treinta señales operativas en las provincias, que aportan opciones a la oferta televisiva privada ¿local y nacional?. Desde diferentes inscripciones políticas y territoriales, con diseños institucionales y modelos de financiamiento específicos, estas experiencias exponen lo que está por fuera del centro del ecosistema concentrado de medios y afrontan complejos procesos de reconversión técnica, dentro de un mapa escasamente explorado. Para la construcción del problema, se partió de tres hipótesis de base. En primer lugar, la central dependencia que la mayoría de las señales estudiadas mantiene respecto a la producción concentrada de contenidos en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). En segundo lugar, la presencia de componentes originales para la producción audiovisual, distinguibles tanto de los medios privados locales, como de las formas conocidas en los sistemas estatales nacionales. Y finalmente, un importante nivel de afectación en las 16 experiencias de las políticas audiovisuales durante el período observado, en el marco de un contexto desfavorable para los sectores no lucrativo y estatal. El recorrido de los casos estudiados muestra que su estabilidad y desarrollo están asociados de manera directa a la actuación de los gobiernos nacionales en materia de políticas de medios y comunicación, en la medida que interfieren además las actuaciones de los gobiernos provinciales y locales. Sin embargo, en términos generales, luego de años de expansión de estas emisoras durante los últimos gobiernos kirchneristas, el gobierno de Cambiemos se caracterizó por ser un ciclo de retracción debido, entre otras razones, a la parálisis de proyectos como la Televisión Digital Abierta, el retiro parcial del Estado en el fomento a la producción de contenidos federales y la pérdida de contenidos de interés masivo como las transmisiones del fútbol de primera división. En el Capítulo 9, el último de la segunda parte, Lorena Retegui, Laura Rosenberg y Tomás Marchetta describen las condiciones y rutinas laborales de los trabajadores y trabajadoras de los medios de comunicación en las regiones más pobladas del país (AMBA, Córdoba, Santa Fe y Mendoza). Teniendo en cuenta la escasez de cifras oficiales y censos periodísticos, se combinaron diferentes técnicas de investigación: recolección y análisis de datos aportados por sindicatos de prensa y gremios de periodistas, revisión bibliográfica y entrevistas en profundidad. El capítulo aborda de qué manera las políticas del gobierno de Cambiemos contribuyeron a alimentar un panorama hostil para el periodismo local, en términos de mercado, cuyos principales rasgos fueron el cierre y vaciamiento de medios, con la consecuente pérdida de miles de puestos de trabajo, despidos masivos y retiros forzados en medios grandes y oficialistas, desafiliación sindical y una mayor precariedad en las condiciones de trabajo. Los testimonios, además, dan cuenta de las marcas de las subjetividades y experiencias de los propios periodistas, en especial quienes apostaron a los medios autogestionados, como alternativa comunicacional pero fundamentalmente como defensa de puestos laborales. En el Capítulo 10, Nadia Koziner y Bernadette Califano estudian el tratamiento de las medidas de política de comunicación tanto en la prensa generalista como en la económica. Su investigación constituye un objeto pertinente de investigación por varios motivos: en primer lugar, porque las instituciones mediáticas poseen un doble rol: son agentes económicos que toman parte en el mercado y en la valorización del capital, y actores políticos en la reproducción ideológica y social, con intereses particulares y legítimos que influyen sobre la dinámica política. Como participantes del campo político y formadores de opinión, son capaces de poner en cuestión o acreditar ciertas políticas y cultivar, así, el papel que desempeñan en la esfera pública. En segundo lugar, porque 17a lo largo de los dos primeros meses de gobierno se implementaron medidas de política de comunicación que beneficiaron directamente a las grandes corporaciones de medios. Si bien no todos los periódicos cuyas coberturas se analizan pertenecen a empresas alcanzadas por dichas disposiciones, estas involucraron los intereses de los principales medios de comunicación del país, signados por los altos niveles de concentración de la propiedad, tanto de tipo horizontal cuanto vertical y conglomeral. En el Capítulo 11, Esteban Zunino, Natalia Aruguete y Antonella Arcangeletti analizan la relación entre medios y delito, a partir de distintos estudios sobre los rasgos de las coberturas de delitos e inseguridad. La discusión securitaria cobró un impulso renovado y características particulares durante el macrismo, ya que ocupó un lugar central en las agendas política y mediática. Desde sus primeros días al mando del Poder Ejecutivo Nacional, Macri manifestó su intención de incrementar medidas punitivas para combatir tanto al delito organizado como al amateur. Algunas de ellas marcaron continuidades respecto del gobierno anterior, por ejemplo el envío de fuerzas federales a zonas calientes como la provincia de Buenos Aires y Santa Fe. Otras, asentadas en viejos conceptos promovidos por diversos sectores políticos,

quedaron condensadas en un proyecto de baja de edad de imputabilidad de los menores, de 16 a 14 años. También se adoptaron medidas concretas referidas al control de migraciones. El nuevo marco legal y las políticas públicas en la materia se insertaron en un marco discursivo que alentó el punitivismo y la represión de colectivos sociales y políticos como mecanismo de contención de los conflictos sociales. El otro rasgo diferencial de la etapa fue la instauración gubernamental de la corrupción como problema público relevante, especialmente a partir de casos resonantes que involucraron a exfuncionarios del kirchnerismo y a empresarios cercanos a las gestiones de Néstor y Cristina Kirchner. El Capítulo 12, a cargo de Victoria Albornoz, analiza el cambio de paradigma en las políticas públicas que abordan las violencias de género en los medios, sobre todo su impacto en la regulación de contenidos y en el sector de sus figuras de enunciación, las trabajadoras de prensa. Las desigualdades de género en el sistema de medios tienen un correlato directo con las representaciones sociales, debido a la naturaleza de las industrias culturales. El período analizado en este capítulo muestra un retroceso estructural en el avance de políticas públicas que daban tratamiento a los mecanismos de violencia por motivos de género en los medios de comunicación, específicamente en su accionar preventivo, pedagógico y, llegado el caso, la posibilidad de llevar adelante procesos administrativos sancionadores para abordar las violencias simbólicas y mediáticas. En esa línea, la participación de periodistas mujeres en las organizaciones de medios se vio igualmente afectada a razón de una serie de políticas de ajuste y vaciamiento de las capacidades del Estado, producto de la desarticulación de las áreas de género en organismos públicos, como así también en la Agencia Nacional de Noticias, que suman un conjunto de esferas estatales que se presentan como casos paradigmáticos de los cambios introducidos por la gestión de Cambiemos.

### **Medios, agendas y periodismo en la construcción de la realidad ( Participación , 2020) Publicado**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , BRENDA FOCÁS

Edición: 1

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO , ARGENTINA

Tipo de publicación: Investigación

Escrito por invitación

Palabras clave: INSEGURIDAD DELITO MEDIOS ARGENTINA

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 978-987-4960-23-8

<https://books.openedition.org/eunrn/4943?lang=es>

El presente estudio pretende analizar el tratamiento informativo de la inseguridad en la prensa gráfica argentina. Para ello se desplegó un análisis de contenido cuantitativo en tres periódicos de referencia nacional: La Nación, Clarín y Página 12, sobre noticias publicadas durante octubre de 2015 (contexto electoral bajo la presidencia de Cristina Fernández) y octubre de 2016 (contexto no electoral bajo la presidencia de Mauricio Macri). Esta decisión radicó en que durante el primer mes de análisis se desarrolló la campaña electoral y las elecciones que llevaron al gobierno al actual presidente de la Argentina, Mauricio Macri. De este modo, además de la indagación general sobre la cobertura mediática del delito, este estudio suma entre sus preocupaciones investigar si la variable contexto electoral incidió o no en el desarrollo informativo sobre la inseguridad. En términos específicos, se procura indagar: si el contexto electoral resulta determinante para el aumento de la frecuencia de las noticias sobre delito, qué tópicos predominaron en cada uno de los contextos, cuáles son los territorios (o espacios) donde prevalecen las representaciones mediáticas de la inseguridad y cuáles fueron los actores y fuentes de información incluidos en las coberturas.

### **COVID-19. Comunicación en tiempos de pandemia ( Participación , 2020) Publicado**

NADIA KOZINER , NATALIA ARUGUETE , ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Edición: 1

Editorial: Universidad de la Frontera , CHILE

Tipo de publicación: Investigación

Escrito por invitación

Palabras clave: COVID-19 AGENDA FRAMING FUENTES

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 978-956-236-384-6

<https://bibliotecadigital.ufro.cl/?a=view&item=1689>

La irrupción inesperada de la Covid-19 y su denominación como pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) implicaron una discontinuidad radical en el devenir de la realidad global. En ese contexto, los medios de comunicación han cobrado renovada importancia en la definición de la situación que le da sentidos a la pandemia. Los asuntos que tratan como noticia, los actores a quienes legitiman como fuentes autorizadas, las causas, consecuencias y respuestas que proponen para detener el avance del virus colaboran con la construcción de los encuadres que circulan socialmente. Se detecta que el confinamiento forzado trajo consigo un considerable aumento en el consumo de información que tuvo su correlato en un incremento inusitado de la

producción informativa ligada al tema. En tanto, la definición de la situación que predominó en los medios fue inicialmente coherente con la que sostuvo el Poder Ejecutivo Nacional, sobre todo, respecto de las prescripciones morales para hacer frente al avance del virus: ¿quedate en casa? se repitió como mantra en cada programa de televisión.

**La comunicación política en campaña ( Participación , 2019) Publicado**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Editor/Compilador: UNIVERSIDAD CASA GRANDE

Edición: 1

Editorial: UNIVERSIDAD CASA GRANDE , ECUADOR

Tipo de publicación: Investigación

Referado

Escrito por invitación

Palabras clave: INSEGURIDAD MEDIOS ELECCIONES FUENTES

Medio de divulgación: Internet

ISSN/ISBN: 978-9942-8796-5-3

La "nseguridad" es uno de los asuntos de preocupación de la ciudadanía argentina. Diversos estudios dan cuenta de que esta preocupación suele expresarse especialmente en los momentos de campaña electoral, producto de la alta mediatización del problema y de la oportunidad que este asunto la otorga a los políticos de soslayar otros temas estructurales. Sostenida por altos índices de victimización, la intranquilidad de los ciudadanos por estar expuestos a delitos violentos es alimentada por los medios. El objetivo del presente estudio es analizar el tratamiento informativo de los acontecimientos que suelen incluirse dentro de la noción de "inseguridad" en contextos electorales y no electorales. Los resultados demuestran que, independientemente del contexto, los hechos más relevantes son aquellos dramáticos que tienen como víctima a las clases medias urbanas. Las voces predominantes suelen ser las de las fuentes oficiales, lo que provoca un sesgo de simplificación y descontextualización de la noticia.

Capítulos:

Medios y campañas: un estudio del tratamiento informativo de la ¿inseguridad? en la Argentina

Página inicial 107, Página final 138

**Los observatorios de medios como experiencias para el análisis de las representaciones mediáticas de la realidad fronteriza. Una mirada desde México y Argentina ( Completo , 2018) Publicado**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , MANUEL ORTIZ MARIN , MARCOS RAMIREZ ESPINOZA , HUGO MENENDEZ FIERRO

Número de páginas: 158

Edición: 1

Editorial: Universidad Autónoma de Baja California , BAJA CALIFORNIA, MEXICO

Tipo de publicación: Investigación

Referado

Escrito por invitación

Palabras clave: OBSERVATORIO MEDIOS METODOLOGÍA

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 978-607-607-447-3

Este libro intenta aportar experiencias y metodologías propias para los Observatorios de Medios a partir de experiencias concretas de México y Argentina.

**Comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia ( Participación , 2017)**

Publicado

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Editor/Compilador: CÉSAR ARRUETA Y CECILIA LABATE

Edición: 1

Editorial: EDIUNJU

Tipo de publicación: Investigación

Escrito por invitación

Palabras clave: ELECCIONES COMUNICACIÓN POLÍTICA MEDIOS

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 978-950-721-524-7

El objetivo general de este trabajo consiste en analizar el tratamiento mediático de los diarios nacionales, Clarín y La Nación, y los de la Provincia de Mendoza, Los Andes y UNO, sobre las elecciones presidenciales de 2015 en la Argentina. Para ello, se sometieron a análisis de contenido las piezas periodísticas referidas al caso publicadas por los cuatro diarios entre el 27 de septiembre

y el 22 de noviembre de 2015. Es decir, desde un mes antes de la primera vuelta y hasta el mismo día de la segunda. En términos específicos se pretende establecer: 1) cuál fue la relevancia del asunto en las coberturas; y 2) cuál fue el tono valorativo del tratamiento mediático. En este trabajo, que se sustenta conceptualmente en la Teoría de la Agenda Setting y en la Teoría de la Valoración, se utilizó un índice de importancia, para medir la relevancia de las piezas informativas, y un índice de valoración, para estimar la valencia de las notas.

Capítulos:

Los medios y las elecciones. Un estudio de la cobertura informativa de la campaña presidencial de 2015 en la Argentina

Página inicial 267, Página final 294

**Estudios sobre Comunicación Política en Latinoamérica ( Participación , 2016) Publicado**

NATALIA ARUGUETE , ESTEBAN ANDRES ZUNINO , NADIA KOZINER

Editor/Compilador: CARLOS MUÑIZ

Edición: 1

Editorial: FONTAMARA , MEXICO

Tipo de publicación: Investigación

Escrito por invitación

Palabras clave: COMUNICACIÓN POLÍTICA YPF AGENDA

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 978-607-736-272-2

El capítulo del libro tiene por objetivo el estudio del tratamiento mediático del proceso de estatización de la petrolera Repsol - YPF en los principales diarios de España y la Argentina.

Capítulos:

Coberturas en pugna. El comportamiento de la prensa argentina y la española frente a la estatización de Repsol-Ypf

Página inicial 11, Página final 34

**Fuentes confiables: miradas latinoamericanas sobre periodismo ( Participación , 2013) Publicado**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Editor/Compilador: CÉSAR ARRUETA Y MARCELO BRUNET

Edición: 1

Editorial: Ediciones DASS-UCSE , ARGENTINA

Tipo de publicación: Investigación

Escrito por invitación

Palabras clave: FUENTES INDEXING CLARÍN CONFLICTO

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 978-987-26314-7-5

La decisión del Gobierno de la Presidenta Cristina Fernández de kirchner de elevar los derechos de exportación sobre los principales commodities que produce el agro pampeano desató una rebelión inusitada de las principales corporaciones agrarias del país que se tradujo en medidas de acción directa en contra de la norma. El diario Clarín hizo una profusa cobertura de este conflicto que tuvo lugar entre el 11 de marzo y el 17 de julio de 2008. En este trabajo se analiza puntualmente la relación que este matutino entabló con sus fuentes de información durante los 128 días que duró la controversia. La base conceptual de este estudio es la teoría del Indexing.

Capítulos:

LA AGENDA DE LOS MEDIOS Y LAS FUENTES DE INFORMACIÓN. LA COBERTURA DE LA RESOLUCIÓN N° 125, HECHA POR EL DIARIO CLARÍN

Página inicial 229, Página final 256

**Calidad informativa. Escenarios de postcrisis ( Participación , 2013) Publicado**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO

Editor/Compilador: LILA LUCHESSI

Edición: 1

Editorial: LA CRUJÍA , ARGENTINA

Tipo de publicación: Investigación

Escrito por invitación

Palabras clave: AGENDA DIARIOSWEB ELECCIONES

Medio de divulgación: Papel  
ISSN/ISBN: 978-987-601-200-3

El presente capítulo propone un estudio comparativo de las agendas de las ediciones impresas y on-line de dos diarios argentinos de relevancia nacional como Clarín y Página/12. En primer término se comprueba que el repertorio de temas destacado por los periódicos estuvo fuertemente condicionado por la línea editorial y el contrato de lectura de cada medio. En segundo lugar, se constató que los issues que dominaron la agenda en las versiones impresas se replicaron en el on-line durante las primeras horas del día. En tanto, los temas que se destacaron en la web por la noche, usualmente, ocuparon lugares de alta visibilidad en las ediciones papel del día siguiente. Esta circularidad entre las agendas de la prensa gráfica y sus ediciones digitales abre una discusión: ¿Nos enfrentamos a dos medios diferentes? Este trabajo sostiene la hipótesis de que los diarios on-line no son más que una versión digital de la edición impresa que mantiene el período de 24 horas como base sobre la cual asentar la información que va llegando durante la jornada a una redacción que se encuentra cada vez más unificada, producto de un nuevo modelo de negocios propio de la convergencia digital. En ese contexto, el hallazgo de "agendas convergentes" no resulta llamativo.

Capítulos:  
Agendas digitales: rupturas y continuidades  
Página inicial 99, Página final 112

### **El conflicto entre campo y gobierno en la prensa argentina ( Completo , 2011) Publicado**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO  
Número de páginas: 168  
Edición: 1  
Editorial: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG  
Tipo de publicación: Investigación  
Escrito por invitación  
Palabras clave: CONFLICTO CAMPO POLITICA MEDIOS  
Medio de divulgación: Papel  
ISSN/ISBN: 978-3-8454-8175-3

La Resolución N° 125/08 de "retenciones móviles" a las exportaciones de granos fue anunciada el 11 de marzo de 2008, en Argentina. El aumento del 35% al 44% en la alícuota que deberían pagar los embarques de soja al exterior provocó una reacción inmediata de las principales entidades agropecuarias del país. La singularidad de este proceso fue la unión en la protesta de sectores que históricamente representaron intereses diferentes. La cobertura informativa de la contienda "Campo - Gobierno" repercutió fuertemente en la opinión pública. En ese contexto, la importancia del tratamiento noticioso del diario Clarín sobre la implementación de la Resolución 125 radica en las características del medio: es el diario con más circulación de habla hispana y uno de los dos periódicos de referencia nacional. En este trabajo, se parte de la premisa de que la inclusión o exclusión de las noticias en las coberturas mediáticas y los atributos con los que estas son presentadas construyen una visión del problema con la que la audiencia organiza "la realidad". Este trabajo analiza la cobertura del diario Clarín sobre el "conflicto del campo" durante 128 días de crisis.

### **Nuevos escenarios detrás de las noticias ( Participación , 2010) Publicado**

ESTEBAN ANDRES ZUNINO , NATALIA ARUGUETE  
Editor/Compilador: LILA LUCHESSI  
Edición: 1  
Editorial: LA CRUJÍA , ARGENTINA  
Tipo de publicación: Investigación  
Escrito por invitación  
Palabras clave: MEDIOS AUDIENCIAS FRAMING AGENDA SETTING  
Medio de divulgación: Papel  
ISSN/ISBN: 978-987-601-121-1

El presente trabajo es una revisión histórica de la teoría del Framing (Encuadre). A partir de una definición conceptual, se recorre el desarrollo de esta perspectiva teórica desde sus orígenes hasta los trabajos más recientes. En ese recorrido, se definen los principales rasgos de los Frames noticiosos, como así también la relación que existe entre medios y audiencias en la construcción de los mismos. Además, se establece un debate entre el Framing y Agenda Setting, llegando a la conclusión de que se trata de dos teorías diferentes y no - como sugieren algunos trabajos- del mismo marco conceptual. Finalmente, se propone una articulación de ambas aproximaciones analíticas en el estudio de casos, por la riqueza que puede aportar cada enfoque.

## PUBLICACIÓN DE TRABAJOS PRESENTADOS EN EVENTOS

### **News sharing o gatekeeping. ¿Qué sentido toma el flujo informativo en el marco de la pandemia por Covid-19? (2021)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Resumen expandido

Evento: Internacional

Descripción: XVIII Encuentro FELAFACS ENCRUCIJADAS Y NUEVOS ESCENARIOS DE LA COMUNICACIÓN

Ciudad: SUCRE

Año del evento: 2021

Anales/Proceedings:Memorias FELAFACS 2021

Publicación arbitrada

Editorial: FELAFACS

Ciudad: MONTEVIDEO

Palabras clave: MEDIOS INTERNET REDES COVID-19

Medio de divulgación: Internet

¿Cuáles son los motivos que nos llevan a compartir noticias con nuestros amigos virtuales? El interés que nos despiertan ciertos acontecimientos. ¿incide en nuestra propensión a consumir todo tipo de informaciones o solo aquella con la que coincidimos? ¿En qué medida nuestro involucramiento (engagement) con la información noticiosa incide en las prácticas periodísticas y en los criterios editoriales de noticiabilidad a la hora de decidir qué contenidos destacar en lugar de otros? Estas inquietudes encuentran en el contexto argentino de la pandemia por Covid-19 un escenario elocuente, por tratarse de una amenaza global que conjuga dos dimensiones del riesgo: la posibilidad objetiva de contraer la enfermedad y la percepción individual ?dimensión subjetiva? de la amenaza de estar expuesto al virus. De allí que los altos niveles de temor e incertidumbre generados durante el año 2020 otorgaran a los medios informativos un rol central, dada la necesidad de orientación de la ciudadanía para guiarse en un escenario de riesgo nunca antes experimentado. Este aumento del consumo de noticias se conjuga con el uso intensivo de redes sociales virtuales, que mostraron una evolución voluble del intercambio de contenidos en línea con diferentes motivaciones: mantenerse informados, conversar sobre política, saber más acerca de amigos y familiares o matar el aburrimiento; en ese orden decreciente. En este trabajo nos interesa indagar sobre el sentido que tomó el flujo informativo en el marco de la pandemia. Es decir, si la atención que los principales medios digitales argentinos prestaron a la Covid-19 durante el año 2020 influye en la propensión a compartir noticias (news sharing) por parte de los usuarios de redes sociales o, por el contrario, si el consumo de información en línea incide en los criterios editoriales de noticiabilidad y, más específicamente, en la jerarquización de ciertos temas en la portada de las homes. De esta problematización se deriva una inquietud relativa a los factores que motivan el consumo y circulación de información en línea. Esto es, el peso de las consideraciones ideológicas, la atención hacia un determinado asunto y la reputación del medio en las decisiones de compartir contenidos con otros pares conectados. En función de los objetivos propuestos realizamos un análisis de contenido sobre las noticias de portada de las homes (n=3820) de los medios digitales más leídos de la Argentina: Infobae, Clarín, La Nación y Página/12, entre el 20 de marzo ?fecha de inicio del período de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) en el país? y el 31 de diciembre de 2020. Complementariamente, cotejamos el nivel de involucramiento con esas mismas noticias por parte de los usuarios de las redes sociales Twitter, Facebook, Instagram, YouTube y Pinterest, a partir de otra base de datos elaborada por el interdisciplinaria Lab for Computational Social Science (iLCCS) de la Universidad de Maryland. El cotejo de ambas dimensiones de análisis posibilitó la construcción de un modelo probabilístico que buscó determinar si existe influencia entre la jerarquización mediática de ciertos asuntos y el consumo informativo de estos en redes y, de existir, cuál es el sentido de dicha influencia. Los resultados a los que arribamos evidencian que la Covid-19 acaparó la atención de los medios analizados de manera significativa, con un 47% del espacio de las portadas de Clarín, Infobae, La Nación y Página/12 dedicadas al tema; aun cuando el nivel de relevancia del problema ha sido dispar a lo largo del período. Los resultados también nos permiten establecer los niveles de news sharing que son atribuibles a una ?tasa natural? de la jerarquización en home de cada diario. Asimismo, pudimos constatar que, del total del corpus, al menos un 16% de las notas quedaron ubicadas en la home al día siguiente de haber sido publicadas y compartidas en redes sociales, lo que confirma la incidencia que el consumo y la difusión en redes (news sharing) tiene sobre los criterios de los editores y las prácticas

periodísticas. Más concretamente, mostramos que un aumento en el total de compartidos (total shared) en las distintas plataformas, cuando la noticia no fue featured en el home, aumenta la probabilidad de que dicha noticia sea posteriormente jerarquizada en los espacios de mayor visibilidad de esos medios. Finalmente, detectamos un efecto diferencial del acto de compartir entre los diferentes medios, comparativamente mayor en la estructuración de las agendas de Infobae y de Página/12 y menor en La Nación y Clarín. El resultado permite hipotetizar que mientras Página/12 e Infobae son más sensibles a las reacciones de sus lectores a la hora de construir sus portadas digitales, Clarín y La Nación conservan un rol de gatekeeping centralizado, lo cual les permite estructurar sus agendas con mayor independencia de las reacciones de los usuarios por estar exentos, en mayor medida, de la influencia que supone el consumo de noticias en línea.

### **La COVID-19 en los medios digitales de la argentina: un estudio sobre los discursos de control y sanción y las representaciones de las víctimas (2020)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, ANTONELLA ARCANGELETTI

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: IV COMCIS: América Latina en disputa: legados, urgencias y desafíos desde la ética de la solidaridad y la epistemología de la esperanza

Ciudad: LA PLATA

Año del evento: 2020

Anales/Proceedings: Actas del COMCIS 2020

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Ciudad: LA PLATA

Palabras clave: MEDIOS COVID PUNITIVISMO RIESGO

Medio de divulgación: Internet

<https://perio.unlp.edu.ar/congresos/node/5927>

La pandemia por COVID-19 constituye un evento de escala global que modificó la vida de millones de personas. En ese proceso, aún abierto, los medios de comunicación ocuparon un lugar central, lo que se debe principalmente a que los contextos de este tipo están caracterizados por la consecución de sucesos extraordinarios que generan una mayor percepción del riesgo, por lo que el consumo mediático tiende a elevarse producto de la necesidad de las personas de recibir información de calidad en tiempo real (Masip et al., 2020). En ese sentido, la pandemia por COVID-19 podría ser pensada como un activador de un proceso de pánico moral, ya que se identifica a un agente como amenazante para los valores e intereses sociales (Cohen, 2011). En este contexto, el incremento del temor se complementa con otro proceso de estigmatización dirigido a posibles culpables, basado en percepciones mediáticas y prejuicios sociales preexistentes (McCaughey & Minsky, 2013), situación que se acrecienta en momentos de confinamiento, producto de la imposibilidad de contrastación intersubjetiva de la realidad a la que accedemos a través de diferentes pantallas y plataformas. El objetivo general de este trabajo es analizar la cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina entre el 20 de marzo de 2020, fecha de inicio del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio y hasta el 30 de septiembre del mismo año, momento de presentación de esta ponencia. En términos específicos se pretende identificar de qué modo la excepcionalidad de la situación favoreció el despliegue de discursos de sanción y control, qué actores oficiaron de portavoces y de qué modo repercutieron en el tratamiento informativo. Finalmente, se procura establecer cómo se construyeron en los medios digitales a las víctimas y victimarios relacionados con la pandemia tras más de 190 días de aislamiento y/o distanciamiento. En función de los objetivos plantados se desarrolló un análisis de contenido cuantitativo sobre las noticias más relevantes sobre COVID-19 publicadas por Infobae, Clarín, La Nación y Página/12 durante las 28 semanas del período. El trabajo se inscribe conceptualmente en las teorías de la Agenda Setting y del Indexing.

### **Las fuentes de información en los medios digitales ¿Quién domina la agenda? (2020)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: Congreso ALAIC 2020: Desafíos y paradojas de la comunicación en América Latina: las ciudadanías y el poder

Ciudad: MEDELLÍN

Año del evento: 2020

Anales/Proceedings: Memorias del Congreso ALAIC 2020

Publicación arbitrada  
Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín  
Ciudad: MEDELLÍN  
Palabras clave: MEDIOS FUENTES INDEXING STANDING  
Medio de divulgación: Internet  
<https://www.alaic.org/site/congreso-alaic-2020/>

El presente estudio analiza el uso mediático de las fuentes de información en los portales digitales más leídos de la Argentina. Guiado por las hipótesis del Indexing, que sostiene el predominio de las fuentes oficiales en las agendas mediáticas, y del Standing, que estipula que no todas las fuentes incluidas en las noticias obtienen el mismo nivel de crédito, se desarrolló un análisis de contenido durante los años 2017 y 2018 sobre seis medios digitales de diferentes provincias del país. Los resultados evidencian una importante prevalencia de las fuentes gubernamentales en las coberturas, que son, además, las que mayor nivel de crédito obtienen. Asimismo, se corrobora una fuerte homogeneidad en el uso de las fuentes entre los diferentes medios analizados. Los hallazgos del trabajo invitan a problematizar la profesión periodística y los criterios de calidad informativa en la construcción de la noticia como requisito básico para el pleno ejercicio del derecho humano a la comunicación, en el contexto de la digitalidad y la convergencia digital.

#### **Women in Politics and their Presence in Twitter: Argentina as a Case Study (2019)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES , LORENA RECALDE CERDA , GABRIELA BAQUERIZO

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: International Conference on eDemocracy & eGovernment

Ciudad: QUITO

Año del evento: 2019

Anales/Proceedings: 2019 Sixth International Conference on eDemocracy & eGovernment (ICEDEG)

ISSN/ISBN: 978-1-7281-1704-1

Publicación arbitrada

Editorial: IEEE Computer Society

Ciudad: DANVERS

Palabras clave: MUJERES POLÍTICA TWITTER MEDIOS

Medio de divulgación: Internet

<https://ieeexplore.ieee.org/xpl/mostRecentIssue.jsp?punumber=8726080>

The use of Online Social Networks (OSNs) in electoral campaigns is no longer an option for candidates and their campaign teams. Their performance in the virtual public sphere will mark substantial differences at the time of vote. Indeed, although the presence of politicians in social media does not guarantee their victory in elections, it is unthinkable to build their public profile outside of OSNs. The present study intends to analyze the use of Twitter by the main female political leaders during the campaign of the mid-term legislative elections in Argentina in 2017. Specifically, it aims to investigate the issues promoted by the Argentine leaders in Twitter, the interactions they had with traditional media and the type of dialogue they established with each other. Likewise, based on their profiles, an attempt to identify which leadership characteristics these candidates possess will be made. Finally, we will study the influence of the gender and location variables in their narratives.

#### **Periodismo digital y fuentes de información: un estudio sobre los principales medios argentinos (2019)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: XVII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social 2019

Ciudad: SUCRE

Año del evento: 2019

Anales/Proceedings: Memorias del XVII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social 2019

Publicación arbitrada

Editorial: Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca / FELAFACS

Ciudad: SUCRE

Palabras clave: AGENDA PERIODISMO FUENTES INFORMACIÓN

Medio de divulgación: Internet

<http://felafacs2019.com>

El objetivo general es analizar el uso de las fuentes de información en los principales medios

digitales de la Argentina. Específicamente se pretende desentrañar qué tipos de fuentes son incluidas en las noticias, si existe homogeneidad en su uso y qué nivel de crédito asumen sus puntos de vista. A partir de un análisis de contenido guiado por las hipótesis del indexing y el standing, los resultados demuestran que las fuentes gubernamentales dominan las agendas. Asimismo, se descubre que las "oficialistas" son las que mayor nivel de crédito obtienen en todos los medios. Los hallazgos resultan pertinentes a la discusión central del Congreso Felafacs 2019, ya que permiten desentrañar quiénes son los actores que promueven las definiciones sociales de la realidad que luego operan al nivel de la opinión pública. Asimismo, se insertan dentro de una perspectiva de análisis que indaga en la relación entre periodistas y fuentes de información, central para el análisis de la calidad informativa

### **VIOLENCIA(S) Y DELITO(S) EN LOS MEDIOS ONLINE DE LA ARGENTINA: un estudio sobre la construcción de la "inseguridad" (2019)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: IBERCOM 2019: Comunicación, Violencias y Transiciones

Ciudad: BOGOTÁ

Año del evento: 2019

Anales/Proceedings: Ebook Anais Ibercom 2019

Publicación arbitrada

Editorial: Asociación Iberoamericana de Comunicación / Pontificia Universidad Javeriana

Ciudad: BOGOTÁ

Palabras clave: MEDIOS ONLINE DELITO VIOLENCIA

Medio de divulgación: Otros

<https://www.assibercom.org/>

La violencia y el delito son dos de los componentes básicos de la construcción mediática de la "inseguridad". Este estudio analiza la cobertura que los diarios digitales argentinos realizan sobre este asunto, que se ubica entre las principales preocupaciones mediáticas, políticas y públicas en América Latina. 1. Pertinencia del trabajo a la DTI El estudio se centra en la temática del Congreso y la DTI 6: se aborda el cruce entre comunicación y violencia(s) a partir de los contenidos de medios digitales, teniendo en cuenta su creciente incidencia en los consumos informativos. 2. Relevancia y originalidad del objeto de estudio Se investiga el tratamiento informativo de la violencia y el delito en los principales medios online de la Argentina. En términos específicos se estudia qué lugar ocupa el tema en las agendas informativas digitales, quiénes son los actores y las fuentes predominantes y qué tipos de encuadres se despliegan. El trabajo se basa en las teorías de la Agenda Setting y el Framing. Si bien el objeto ha sido diversamente analizado (Calzado, 2015; Ghanem, 1996; Lee, Liu, Choung, & McLeod, 2019), son pocos los estudios sobre la representación del delito en medios digitales abordados desde las perspectivas propuestas. 3. Referencias teóricas principales El trabajo se basa en las teorías de la Agenda Setting y el Framing. La primera de ellas estipula que los medios construyen sus agendas otorgando relevancia a diferentes objetos y a una gama de atributos que los moldean (McCombs & Valenzuela, 2014). La teoría del Framing sostiene que los medios encuadran las noticias promoviendo una definición, una explicación causal, una evaluación moral y un protocolo de tratamiento (Entman, 2003). La operacionalización de conceptos provenientes de estas vertientes permitirá responder: ¿Cuál es la relevancia del tema en las agendas digitales? ¿Quiénes son los actores y las fuentes? ¿Qué tipo de encuadres predominan? 4. Métodos usados Se despegó un Análisis de Contenido Cuantitativo (Krippendorff, 1990) sobre las noticias relativas a violencia e inseguridad publicadas entre las primeras 15 (tercer scroll) de los medios online más consumidos de la Argentina: Clarín.com, La Nación.com e Infobae.com. La recolección se hizo, contemplando criterios de estratificación, en tres cortes diarios, entre los meses de enero y abril de 2019. Se construyó un corpus de 1012 piezas que se sometieron a análisis a partir de una matriz construida especialmente. 5. Resultados preliminares Las noticias sobre delito, violencia e inseguridad ocupan un 14% del hueco informativo de las agendas digitales. Generalmente, son encuadradas de manera descontextualizada y dramática. Son presentadas a partir de enfoques de conflicto antinómico entre un protagonista y un antagonista (víctima y victimario). Las fuentes predominantes son las oficiales, principalmente las fuerzas de seguridad y el Poder Judicial, mientras que el entorno de la víctima adquiere una importante visibilidad. La "inseguridad" se presenta como sinónimo de delito urbano y narcotráfico. Las víctimas suelen ser de clase media, mientras que los victimarios son usualmente jóvenes, varones y de clases bajas.

### **Matriz para el estudio de noticias televisivas sobre delito, violencia e inseguridad (2019)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, GABRIELA FABBRO

Publicado

Completo  
Evento: Internacional  
Descripción: IBERCOM 2019: Comunicación, Violencias y Transiciones  
Ciudad: BOGOTÁ  
Año del evento: 2019  
Anales/Proceedings:Ebook Anais Ibercom 2019  
Publicación arbitrada  
Editorial: Pontificia Universidad Javeriana  
Ciudad: BOGOTÁ  
Palabras clave: MEDIOS INSEGURIDAD FRAMING METOLOGÍA  
Medio de divulgación: Internet  
<https://www.assibercom.org/>

En este artículo se presenta una matriz especialmente diseñada para el análisis de noticias televisivas sobre delito, violencia e inseguridad. Se trata de un instrumento que, si bien fue proyectado tomando como base conceptual, principalmente, las perspectivas del framing y del standing, se ha visto enriquecido a partir de la incorporación de categorías aportadas por la sociosemiótica y el análisis narrativo audiovisual. Así, es posible afirmar que esta herramienta es doblemente innovadora: por un lado, la misma ha sido especialmente proyectada para ser aplicada a un tipo de textualidad mediática en particular (las noticias televisivas sobre delito, violencia e inseguridad) y; por otro lado, es producto de un proceso de triangulación teórico metodológico.

### **El tratamiento informativo de la "inseguridad" en la prensa gráfica argentina (2018)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES , BRENDA FOCÁS

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. ¿Comunicación en sociedades diversas. Horizontes de inclusión, equidad y democracia

Ciudad: SAN JOSÉ DE COSTA RICA

Año del evento: 2018

Anales/Proceedings:Memorias del Congreso ALAIC 2018

Publicación arbitrada

Editorial: Universidad de Costa Rica

Ciudad: SAN JOSÉ

Palabras clave: MEDIOS INSEGURIDAD AGENDA FRAMING

Medio de divulgación: Internet

<https://alaic.org/congresos/congreso-congreso-alaic-2018/>

El miedo al crimen y la influencia de los medios de comunicación sobre la percepción del riesgo de la ciudadanía es un tema que ha acaparado la atención de la academia y ha sido abordado desde diversas perspectivas. Sin embargo, no existen demasiados estudios de caso que aborden las dinámicas actuales de esta problemática en América Latina desde el análisis de contenido cuantitativo, a pesar de que se trata del principal asunto de preocupación de la ciudadanía en muchos países de la región. El objetivo general del presente trabajo es analizar la cobertura mediática de la ¿inseguridad? en los diarios argentinos Clarín, La Nación y Página/12. A partir de conceptos provistos por las teorías de la Agenda Setting y el Framing, en términos específicos se procura establecer: 1) cuál es la relevancia que adquieren los diferentes temas asociados al delito en la prensa gráfica nacional; 2) quiénes son los actores referenciados por los diarios como víctimas y victimarios y con qué atributos son representados; y 3) qué tipo de encuadres prevalecen en las coberturas.

### **Las elecciones presidenciales en Argentina del 2015. Una mirada desde la prensa de Buenos Aires y Mendoza (2017)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES , MANUEL ORTIZ MARÍN

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: XVI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social

Ciudad: VALPARAÍSO

Año del evento: 2017

Anales/Proceedings:Diálogos de la Comunicación

ISSN/ISBN: 1813-9248

Publicación arbitrada

Editorial: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Ciudad: BOGOTÁ

Palabras clave: ELECCIONES PRENSA AGENDA ARGENTINA

Medio de divulgación: Internet

<http://www.dialogosfelafacs.com>

Las elecciones presidenciales de 2016 en la Argentina arrojaron como ganador al Ingeniero Mauricio Macri de la alianza Cambiemos, fuerza política que interrumpió una seguidilla de doce años consecutivos de gobiernos del Frente Para la Victoria (FPV), encabezado por Néstor y Cristina Kirchner. El acontecimiento, dada su importancia para toda la región, fue cubierto por los principales medios de la Argentina y el mundo. El presente estudio, que parte de un trabajo colectivo desarrollado por las Universidades Autónoma de Baja California (México), la Universidad Nacional de Misiones, la Universidad Nacional de Salta, la Universidad Nacional de Jujuy, la Universidad Nacional de Cuyo, la Universidad Católica de Santiago del Estero y la Universidad Juan Agustín Maza, nucleadas en el Observatorio Latinoamericano de Medios de Comunicación y Frontera, tiene por objetivo general analizar el tratamiento noticioso del triunfo de Mauricio Macri. Con ese fin, se desplegó un análisis de contenido cuantitativo sobre los ejemplares impresos de los principales diarios nacionales y provinciales de la Argentina y México del día 23 de octubre, lunes posterior a la elección. En términos específicos, el estudio pretende establecer: 1) la relevancia del asunto en los diarios; 2) quiénes fueron los principales actores referenciados en las noticias; 3) qué tipo de fuentes lograron imponer su versión de los hechos; y 4) el tono valorativo predominante en las coberturas.

**Las elecciones presidenciales argentinas de 2015 en la agenda mediática. Un estudio sobre la cobertura de los principales diarios de Buenos Aires y Mendoza. (2016)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: V Congreso Internacional en Comunicación Política y Estrategias de Campaña

Ciudad: BUENOS AIRES

Año del evento: 2016

Anales/Proceedings: Memorias del V congreso internacional en comunicación política y estrategias de campaña

Publicación arbitrada

Editorial: Universidad Austral

Ciudad: BUENOS AIRES

Palabras clave: AGENDA RELEVANCIA VALENCIA ELECCIONES

Medio de divulgación: Otros

En 2015 se dio en la Argentina un proceso inédito. Por primera vez en la historia del país, dos candidatos se enfrentaron en segunda vuelta electoral, luego de un resultado ajustado en primera ronda que no le alcanzó al referente del oficialismo, Daniel Scioli, para imponerse. El resultado de ese proceso fue la victoria de su rival, el líder de la coalición política Cambiemos, conformada principalmente por Propuesta Republicana (PRO) y la Unión Cívica Radical (UCR). El escenario de primera vuelta y ballottage extendió más de lo usual los tiempos de campaña electoral y con ello, la atención mediática. A su vez, el desdoblamiento de las elecciones para autoridades locales en la mayoría de las provincias generó coberturas diferenciadas entre los medios nacionales y los provinciales. El presente trabajo tiene por objetivo general analizar la cobertura informativa del proceso electoral en dos de las principales ciudades del país, Buenos Aires y Mendoza. La elección se sustenta en que Mendoza constituyó la primera provincia de peso en la que la coalición que impulsaba a Mauricio Macri como Presidente se hizo con la victoria. Con este fin, se analizarán las coberturas de los diarios nacionales Clarín y La Nación y los provinciales Los Andes y Uno. Se establece un recorte temporal que abarca del 27 de septiembre al 27 de diciembre de 2015, es decir, desde un mes antes de las elecciones presidenciales y hasta dos semanas después de la asunción del nuevo Presidente. El período seleccionado incluye también la instancia de ballottage. En términos específicos se pretende establecer: 1) cuál fue la importancia atribuida al proceso electoral por los diferentes medios; 2) cuáles fueron los temas predominantes en cada uno de ellos y 3) Qué tipo de valoración recayó sobre los asuntos y candidatos en cada caso. En función de los objetivos planteados, se desplegará un análisis de contenido cuantitativo que, además de indagar sobre las características de las coberturas, tiene como fin una apuesta metodológica: poner a prueba un índice de importancia y un índice de valoración desarrollados en trabajos previos (Zunino, 2015a; Zunino, 2015b) concebidos para medir la relevancia y el tono valorativo de las noticias en las coberturas de prensa gráfica a partir de la puesta en relación de múltiples variables. El caso bajo estudio plantea una posibilidad de aplicación de estas herramientas metodológicas. La investigación se inscribe en la perspectiva teórica de la Agenda Setting.

**La agenda mediática en foco. Un análisis sobre el tratamiento informativo de las elecciones 2015 (2016)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES , MANUEL ORTIZ MARÍN , ANDREA GINESTAR , VALERIA TRÍAS

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: XIV Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

Ciudad: JUJUY

Año del evento: 2016

Anales/Proceedings:Memorias del XIV Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

Editorial: EDIUNJU

Ciudad: JUJUY

Palabras clave: MEDIOS ELECCIONES ARGENTINA AGENDA

Medio de divulgación: Internet

En 2015 se dio en la Argentina un proceso inédito. Por primera vez en la historia del país, dos candidatos se enfrentaron en segunda vuelta electoral, luego de un resultado ajustado en primera ronda que no le alcanzó al referente del oficialismo, Daniel Scioli, para imponerse. El resultado de ese proceso fue la victoria de su rival, el líder de la coalición política Cambiemos, conformada principalmente por Propuesta Republicana (PRO) y la Unión Cívica Radical (UCR). El escenario de primera vuelta y ballottage extendió más de lo usual los tiempos de campaña electoral y con ello, la atención mediática. A su vez, el desdoblamiento de las elecciones para autoridades locales en la mayoría de las provincias generó coberturas diferenciadas entre los medios nacionales y los provinciales. El presente trabajo tiene por objetivo general analizar la cobertura informativa del proceso eleccionario en dos de las principales ciudades del país, Buenos Aires y Mendoza. La elección se sustenta en que Mendoza constituyó la primera provincia de peso en la que la coalición que impulsaba a Mauricio Macri como Presidente se hizo con la victoria. Con este fin, se analizarán las coberturas de los diarios nacionales Clarín y La Nación y los provinciales Los Andes y Uno. Se establece un recorte temporal que abarca del 27 de septiembre al 27 de diciembre de 2015, es decir, desde un mes antes de las elecciones presidenciales y hasta dos semanas después de la asunción del nuevo Presidente. El período seleccionado incluye también la instancia de ballottage. En términos específicos se pretende establecer: 1) cuál fue la importancia atribuida al proceso electoral por los diferentes medios; 2) cuáles fueron los temas predominantes en cada uno de ellos y 3) Qué tipo de valoración recayó sobre los asuntos y candidatos en cada caso. En función de los objetivos planteados, se desplegará un análisis de contenido cuantitativo que, además de indagar sobre las características de las coberturas, tiene como fin una apuesta metodológica: poner a prueba un índice de importancia y un índice de valoración desarrollados en trabajos previos (Zunino, 2015; 2016) concebidos para medir la relevancia y el tono valorativo de las noticias en las coberturas de prensa gráfica a partir de la puesta en relación de múltiples variables. El caso bajo estudio plantea una posibilidad de aplicación de estas herramientas metodológicas. La investigación se inscribe en la perspectiva teórica de la Agenda Setting.

### **Los observatorios de medios y sus herramientas metodológicas. Aportes al Análisis de Contenido Cuantitativo (2016)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: V Encuentro de Metodología de las Ciencias Sociales (ELMECS)

Ciudad: MENDOZA

Año del evento: 2016

Anales/Proceedings:Memorias del V Encuentro de Metodología de las Ciencias Sociales

Publicación arbitrada

Editorial: EDIUNC

Ciudad: MENDOZA

Palabras clave: MEDIOS CONTENIDO OBSERVATORIO METODOLOGÍA

Medio de divulgación: Internet

La estimación de la relevancia y la valoración de las noticias han sido de trascendencia para los estudios de la perspectiva de la Agenda Setting. Acuñada por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972, esta teoría sirvió de base conceptual para el desarrollo más de 400 estudios empíricos en todo el mundo. Estos buscaron establecer cuáles son los mecanismos de los que se valen los medios de comunicación para destacar ciertos asuntos y atributos en el tratamiento mediático y qué tipo de efectos generan sobre la opinión pública. Valiéndose de la metodología del Análisis de Contenido Cuantitativo, los trabajos de investigación orientados a analizar las coberturas mediáticas procuraron identificar dos aspectos centrales del tratamiento informativo: la relevancia y el tono valorativo de las noticias. Para estimar la primera dimensión, los trabajos tuvieron en cuenta una serie de indicadores como la frecuencia/cantidad de menciones que un mismo asunto recibe en un

período determinado de tiempo? y la jerarquía? medida a partir de la puesta en relación de variables como la ?aparición en portada?, ?tipo de página?, ?acompañamiento gráfico? y el ?tamaño?, entre otras?. Sin embargo, la elección de qué tipo de variables observar para determinar la importancia de las noticias ha variado según los diferentes estudios, impidiendo establecer series comparativas. En tanto, el concepto de valencia o tono valorativo ha sido operacionalizado en positivo, negativo y neutral, sin que la mayoría de las veces se ofreciera una definición exhaustiva y recíprocamente excluyente ?tal como reclama el método? de estas categorías. El objetivo general del presente trabajo es realizar un aporte teórico-metodológico para la estimación de la relevancia y la valencia de las noticias. En términos específicos se pretende: 1) construir un índice de importancia que sirva para medir la relevancia informativa; 2) proponer un índice de valoración que permita sistematizar la estimación de la valencia; y 3) analizar críticamente, en función de los aportes previos, los conceptos de objetividad y sistematicidad inherentes a la metodología del Análisis de Contenido Cuantitativo. En función del primer objetivo específico, se intentará validar un índice que, a partir de la puesta en relación de diez variables utilizadas en trabajos previos para medir la relevancia de las piezas periodísticas, sea capaz de otorgar un puntaje a cada unidad de análisis. La importancia de la herramienta radica en que podrá ser aplicada a las coberturas mediáticas independientemente del tema que se esté investigando. Respecto del segundo objetivo específico, se propone un índice de valoración superior de la operacionalización ?positivo ? negativo? utilizada habitualmente. Retomando los aportes de la Teoría de la Valoración (Appraisal), se construyó una definición exhaustiva de las categorías positivo, negativo e indefinido. Posteriormente, se elaboró un índice en el que el valor de cada pieza se puede establecer en una escala que oscila entre los 3 y -3 puntos, evitando las ponderaciones dicotómicas. El valor total de cada noticia surge de la puesta en relación de tres variables: la valoración del tema principal de la nota, la valoración de los actores involucrados en el relato y la valoración del rol del Estado, a través de sus acciones o políticas públicas referenciadas en las noticias (cuando las haya). La aplicación de ambos índices, a la vez que aporta sistematicidad a los estudios de caso, posibilita encarar análisis comparativos, útiles para las experiencias de observatorios de medios. No obstante, la construcción de herramientas metodológicas que guíen el trabajo empírico no implica cerrar la discusión sobre la bondad del método ni sobre las definiciones categoriales. Lejos de la pretensión de ?objetividad?, propia del Análisis de Contenido Cuantitativo, las herramientas propuestas constituyen instancias de construcción teórica y metodológica en las que la impronta del analista resulta fundamental. Asimismo, las instancias de inmersión cualitativa en el material de análisis como los objetivos propios de cada investigación resultarán determinantes en la decisión acerca de su pertinencia y utilidad. Ambas herramientas han sido puestas a prueba en un estudio de caso en el cual las pruebas de bondad y ajuste resultaron satisfactorias. Sin embargo, resulta necesario contrastarlas en nuevas investigaciones de coberturas mediáticas sobre temas diversos para conocer su potencia analítica. Ese trabajo de contrastación tendrá como horizonte determinar si los índices propuestos resultan aplicables a una gama de casos disímiles y recoger observaciones y ajustes que resulten enriquecedores tanto para las definiciones conceptuales de las variables y categorías como para la evaluación del funcionamiento general de los constructos.

### **El Análisis de Contenido Cuantitativo. Una revisión crítica a partir del estudio de coberturas mediáticas en la Argentina (2015)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, VALERIA TRIAS, BRENDA FUNES

Publicado

Completo

Evento: Regional

Ciudad: XIII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

Año del evento: 2015

Anales/Proceedings: Memorias del XIII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

Publicación arbitrada

Editorial: Universidad del Salvador

Ciudad: BUENOS AIRES

Palabras clave: ANÁLISIS CONTENIDO MEDIOS METODOLOGÍA

Medio de divulgación: Internet

<http://www.fadeccos.org/publicaciones.html>

El Análisis de Contenido Cuantitativo constituye una metodología ampliamente utilizada en investigaciones del Campo de la Comunicación en Estados Unidos y algunos países de Europa. Sin embargo, no cuenta con un significativo desarrollo en América Latina en general, ni en la Argentina en particular. El objetivo central de este trabajo es reponer de manera crítica sus principales características, componentes y etapas, de modo de contribuir con su conocimiento y puesta en práctica en nuevos proyectos de investigación. El recorrido teórico ? metodológico se desarrollará a partir del estudio de diferentes casos de alto impacto político, económico, mediático y social como el conflicto en torno al proceso de implementación de la Resolución N° 125/08, las elecciones presidenciales de 2011 y la estatización de la petrolera YPF. Este trabajo, plantea aportes

metodológicos que son el resultado de la puesta en relación de variables de análisis utilizadas por diferentes investigaciones de coberturas mediáticas desarrolladas en diversos contextos sociales y sobre temas disímiles. A partir de una mirada crítica, se pretende adaptar y enriquecer dichas herramientas en función de las particularidades que plantea la prensa nacional y los temas por ella abordados.

### **La estatización de YPF en los diarios: un estudio comparativo de las coberturas en la Argentina y España (2015)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, NATALIA ARUGUETE

Publicado

Completo

Evento: Regional

Descripción: XII Congreso Nacional de Ciencia Política. "La política en balance. Debates y desafíos regionales"

Ciudad: MENDOZA

Año del evento: 2015

Anales/Proceedings:Memorias del XII Congreso Nacional de Ciencias Políticas

Publicación arbitrada

Editorial: Sociedad Argentina de Análisis Político / Universidad Nacional de Cuyo

Ciudad: BUENOS AIRES

Palabras clave: NOTICIAS YPF ESPAÑA ARGENTINA

<http://www.congreso.saap.org.ar>

Luego de transcurridos 20 años de su privatización en 1992 y 13 del paso a manos de la española Repsol en 1999, el 16 de abril de 2012 el gobierno argentino anunció la intención de expropiar el 51% de las acciones de YPF S.A. Con un apoyo mayoritario en ambas Cámaras del Congreso nacional, el proyecto del Poder Ejecutivo se convirtió en ley el 3 de mayo de ese año. El objetivo del presente trabajo es comparar la cobertura mediática del proceso de estatización de la mayor empresa petrolera nacional, YPF, en la prensa gráfica argentina y en la española. Para tal fin se aplica la metodología del análisis de contenido cuantitativo en el estudio de las noticias publicadas en las portadas de los diarios argentinos Clarín, La Nación y Página/12 y los españoles ABC, El Mundo y El País. Concretamente, se procura analizar: 1) la frecuencia informativa de la estatización de YPF; 2) la jerarquía noticiosa del issue; 3) las variables que se asocian a la importancia que el tema adquirió en los diarios; 4) la valoración de la noticia en cada periódico. Los resultados del trabajo empírico arrojan un comportamiento similar de los 6 diarios respecto de los picos de mayor cobertura informativa, aunque se hallan diferencias sustanciales en términos de jerarquía. Finalmente, mientras que la valoración de la noticia resulta predominantemente negativa en la prensa española, los diarios argentinos muestran marcadas diferencias entre sí. Se concluye que el tratamiento noticioso se vio afectado por los contextos nacionales en los que se desenvuelven los medios analizados. Para el trabajo analítico y la interpretación de los resultados el estudio recupera conceptos y procedimientos utilizados habitualmente por la teoría de la Agenda Setting.

### **¿Cómo medir la importancia de las noticias en las coberturas de prensa gráfica? Un estudio de caso a partir del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, en 2008. (2015)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Regional

Descripción: XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación / IV Encuentro de la Región Cono Sur de FELAFACS

Ciudad: MENDOZA

Año del evento: 2015

Anales/Proceedings:El rol de la Comunicación en el proceso de integración latinoamericana  
ISSN/ISBN: 978-987-45622-2-7

Publicación arbitrada

Editorial: UMAZA

Ciudad: MENDOZA

Palabras clave: RELEVANCIA PRENSA AGENDA CONFLICTO

Medio de divulgación: Otros

Una de las perspectivas teóricas que analizó particularmente la relación entre la relevancia otorgada a los diferentes temas en la agenda mediática y su repercusión en la agenda pública fue la teoría de la Agenda Setting. Su hipótesis fundacional indica que los medios de comunicación tienen la capacidad de seleccionar y destacar ciertos temas y omitir otros. Mediante ese mecanismo, enfatizan los asuntos que luego se convierten en importantes para la opinión pública. El objetivo

general del presente estudio es establecer cuáles son las variables que condicionan la importancia de un caso en las coberturas de prensa gráfica. Para ello se analizó el tratamiento noticioso de los diarios argentinos Clarín y Página/12 sobre un conflicto de alto impacto económico, político y social, como lo fue el enfrentamiento entre el gobierno de la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner y las principales corporaciones agrarias argentinas, en 2008. Dicha contienda, que duró 128 días e involucró a diferentes actores políticos y a amplios sectores de la población, se desató luego de que el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) anunciara la implementación de la Resolución N° 125/08. La norma estipulaba un aumento en los gravámenes que los principales productos del agro deberían abonar en concepto de derechos de exportación. En su primer nivel de análisis, la teoría de la Agenda Setting estipula que los medios de comunicación le otorgan importancia a los temas a partir de dos factores centrales: la frecuencia de cobertura y la jerarquía de las informaciones. Spiro Kiousis (2004), en el marco de un estudio de las dimensiones que determinan la relevancia informativa, recuperó el concepto de valencia (o carácter evaluativo) que refiere a los componentes afectivos de las noticias y verificó que aquellas que son presentadas de manera explícitamente negativa o positiva suelen adquirir mayor importancia. Dicha constatación le permitió incorporar una tercera dimensión en el análisis de la relevancia: la valencia. En términos específicos se pretende 1) sistematizar los indicadores más utilizados para medir la importancia de los asuntos en las coberturas mediáticas; 2) corroborar si en el tratamiento noticioso de la Resolución N°125/08 las piezas periodísticas con atributos afectivos definidos adquirieron mayor importancia; y 3) construir un 'índice de importancia' que, a partir de la puesta en relación de las variables analizadas, pueda ser utilizado en el estudio de coberturas mediáticas de prensa gráfica sobre diversos temas.

### **La valoración de la noticia como indicador de su relevancia informativa. Una revisión crítica de la perspectiva teórica de la Agenda Setting (2014)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Regional

Descripción: XVI Congreso RedCom

Ciudad: BUENOS AIRES

Año del evento: 2014

Anales/Proceedings: Nuevas configuraciones de la cultura en lenguajes, representaciones y relatos

ISSN/ISBN: 978-950-721-457-8

Publicación arbitrada

Editorial: Universidad Nacional de La Matanza / Red Com

Ciudad: SAN JUSTO

Palabras clave: VALORACIÓN NOTICIA AGENDA RELEVANCIA

Medio de divulgación: CD-Rom

Tradicionalmente, la perspectiva teórica de la Agenda Setting ha considerado dos dimensiones centrales para medir la importancia de las noticias en la prensa gráfica: la frecuencia de cobertura, cantidad de noticias publicadas sobre un tópico, y la jerarquía informativa, medida a partir de diversos indicadores como el tamaño, el acompañamiento de imágenes o el tipo de página, entre otros. Algunos autores plantean que una tercera dimensión, la valencia o tono valorativo, habitualmente considerada como un atributo de las noticias en el segundo nivel de análisis de la Agenda Setting, podría ser trabajada como una tercera dimensión de medida de la relevancia de los issues en la agenda mediática. El objetivo general del presente trabajo es establecer cuáles son las variables que condicionan la importancia de un caso en las coberturas de prensa gráfica. Para ello se aplicó la metodología del análisis de contenido sobre el tratamiento noticioso de los diarios Clarín y Página/12 sobre un conflicto de alto impacto económico, político y social como lo fue el enfrentamiento entre el gobierno de la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner y las principales corporaciones agrarias argentinas, en 2008. En términos específicos se pretende 1) determinar qué tipo de relación existe entre la frecuencia de cobertura, la relevancia informativa y la valencia de las notas; 2) establecer si la valencia constituye un indicador de relevancia válido; y 3) construir un 'índice de importancia' que, a partir de la puesta en relación de las variables analizadas, pueda ser utilizado en el estudio de coberturas mediáticas de prensa gráfica sobre diversos temas.

### **El conflicto agrario en la agenda mediática: un análisis comparativo de la cobertura mediática de la Resolución N° 125/08 (2014)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: XI Congreso Nacional y IV Congreso Internacional sobre Democracia

Ciudad: ROSARIO

Año del evento: 2014

Anales/Proceedings: Congreso sobre democracia, entre el malestar y la innovación: los nuevos retos para la democracia en América Latina

ISSN/ISBN: 978-987-702-080-9

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Ciudad: ROSARIO

Palabras clave: RELEVANCIA NOTICIAS CONFLICTO RESOLUCIÓN 125

Medio de divulgación: Internet

<http://www.fcpolit.unr.edu.ar/memorias-xi-congreso-nacional-y-iv-congreso-internacional-sobre-democr>

La Resolución N° 125/08, anunciada por el gobierno argentino el 11 de marzo de 2008, establecía el aumento y movilidad de los derechos de exportación que debían tributar los principales productos del agro pampeano. La medida desató un rechazo inmediato de las corporaciones agrarias más tradicionales del país, generando un conflicto que duró 128 días. La contienda entre "campo y gobierno" incluyó demostraciones en el espacio público que penetraron fuertemente en las agendas informativas de los medios de comunicación. El objetivo general de este trabajo es realizar un análisis comparativo de las coberturas noticiosas del caso de los diarios Clarín y Página/12, matutinos que a priori, mostraron posicionamientos editoriales diferentes. En términos específicos se pretende: 1) analizar la frecuencia informativa del tópic; 2) establecer la jerarquía que adquirieron las noticias asociadas al tema; y 3) describir la valoración de las noticias presentadas en cada medio. Los resultados del análisis de contenido demuestran un comportamiento similar de todas las variables estudiadas en los dos diarios. Dicha constatación permite inferir que los posicionamientos editoriales no afectaron de manera notoria el funcionamiento de los criterios de noticiabilidad clásicos en las coberturas de este caso. La base teórica del trabajo empírico es la teoría del Establecimiento de Agenda (Agenda Setting). Trabajo preparado para su presentación en el XI Congreso Nacional y IV Congreso Internacional sobre Democracia, organizado por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. Rosario, 8 al 11 de septiembre de 2014.

### **La estatización de YPF en la prensa gráfica argentina. Un análisis desde la perspectiva teórica de la Agenda Setting (2013)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, NADIA KOZINER

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: 1º Jornadas de Sociología "La Sociología frente a los nuevos paradigmas en la construcción social y política"

Ciudad: MENDOZA

Año del evento: 2013

Anales/Proceedings: Memorias de las 1ras Jornadas de Sociología

ISSN/ISBN: 2314-3541

Publicación arbitrada

Editorial: EDIUNC

Ciudad: MENDOZA

Palabras clave: YPF ESTATIZACIÓN PRENSA AGENDA

Medio de divulgación: CD-Rom

En abril de 2012 el gobierno de la Presidenta Cristina Fernández de kirchner anunció la decisión de expropiar el 51% de las acciones de YPF S.A. que pertenecían a la petrolera española Repsol. Acuciado por problemas de abastecimiento de combustibles, el Poder Ejecutivo esgrimió como argumento central la necesidad de recuperar la soberanía hidrocarburífera. La relevancia del caso radica en que, además de tratarse de la principal empresa de la Argentina, la decisión gubernamental abrió un conflicto diplomático al afectar directamente los intereses de una de las más importantes compañías españolas con inversiones en Argentina. La iniciativa, elevada al Congreso Nacional para su tratamiento, fue aprobada por una amplia mayoría compuesta por votos tanto oficialistas como opositores. La noticia penetró rápidamente en la agenda de los principales medios nacionales e internacionales. El objetivo general del presente trabajo consiste en estudiar el tratamiento noticioso del caso en la prensa gráfica nacional. Para ello se realizó un Análisis de Contenido de las noticias publicadas en las portadas de los periódicos Clarín, La Nación y Página/12. En términos específicos se procura establecer la frecuencia informativa de la estatización de YPF, la jerarquía otorgada al issue por cada medio y la valoración de la noticia en las coberturas de los matutinos. La base del trabajo empírico-analítico es la teoría de la Agenda Setting.

### **La cobertura mediática de la estatización de YPF en la prensa gráfica argentina. Un análisis comparativo entre los principales diarios del país. (2013)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES , NADIA KOZINER

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: VI Encuentro Panamericano de Comunicación: "Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación en los contextos sociopolíticos contemporáneos"

Ciudad: CÓRDOBA

Año del evento: 2013

Anales/Proceedings:Memorias del VI Congreso Panamericano de Comunicación

Publicación arbitrada

Editorial: Escuela de Ciencias de la Información - Universidad Nacional de Córdoba

Ciudad: CÓRDOBA

Palabras clave: AGENDA PRENSA YPF ESTATIZACIÓN

Medio de divulgación: Internet

<http://www.panam2013.eci.unc.edu.ar>

El 16 de abril de 2012 el gobierno argentino anunció la decisión de expropiar el 51% de las acciones de YPF S.A. que pertenecían a la petrolera española Repsol. Los argumentos centrales fueron la política de vaciamiento que la controlante venía ejerciendo prácticamente desde su desembarco en YPF, en 1999, y la necesidad de recuperar la soberanía energética mediante el manejo estatal del petróleo, considerado un recurso estratégico. Además de tener una participación mayoritaria en el mercado de combustibles de la Argentina, YPF es la mayor compañía del país. El Congreso Nacional aprobó la medida días más tarde. La noticia penetró rápidamente en la agenda de los principales medios nacionales e internacionales. El objetivo general del presente trabajo consiste en estudiar el tratamiento informativo del proceso de estatización de YPF en la prensa gráfica argentina. A partir de un análisis de contenido de las noticias publicadas en las portadas de los periódicos Clarín, La Nación y Página/12, se procura determinar: 1) la frecuencia informativa de la estatización de YPF; 2) la jerarquía del issue para cada medio y 3) la valoración de la noticia en las coberturas de cada matutino. La base conceptual es la teoría de la Agenda Setting.

**La cobertura mediática de las elecciones presidenciales de 2011 en Argentina: un estudio sobre las agendas informativas de las versiones impresas y on-line de los principales diarios del país (2013)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: VI Encuentro Panamericano de Comunicación "Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación en los contextos sociopolíticos contemporáneos"

Ciudad: CÓRDOBA

Año del evento: 2013

Anales/Proceedings:Memorias del VI Congreso Panamericano de Comunicación

Publicación arbitrada

Editorial: Escuela de Ciencias de la Información - Universidad Nacional de Córdoba

Ciudad: CÓRDOBA

Palabras clave: ELECCIONES AGENDA MEDIOS CIBERMEDIOS

Medio de divulgación: CD-Rom

El acelerado desarrollo tecnológico al que asistimos, signado por la irrupción y perfeccionamiento de nuevas tecnologías asociadas a los medios de comunicación, impacta sobre los modos de producción, circulación y consumo de la noticia. Este nuevo escenario info-comunicacional plantea novedosos desafíos para la investigación en Comunicación. En este marco, el presente trabajo tiene como objetivo general analizar la cobertura informativa de las elecciones presidenciales de 2011 en Argentina. Específicamente se pretendió determinar 1) cuáles fueron los temas predominantes de la agenda informativa en las ediciones impresas y on-line de los diarios Clarín, La Nación y Página/12 desde dos semanas antes y hasta un día después de las elecciones presidenciales del 23 de octubre de 2011; 2) qué similitudes y diferencias existieron entre las agendas de los tres medios relevados y 3) cuáles fueron los factores que determinaron las rupturas y continuidades detectadas. A partir de la metodología del Análisis de Contenido, se sometieron a estudio un total de 675 artículos publicados por los tres diarios en sus ediciones impresas y on-line. Los resultados de la investigación demuestran que la frecuencia de cobertura del issue no fue homogénea. Contrariamente, si se analiza la presencia del tema bajo estudio en los diferentes soportes del mismo medio es posible constatar un alto nivel de correspondencia. En efecto, las líneas editoriales asociadas a los posicionamientos políticos y económicos de las empresas se replicaron en sus diferentes publicaciones. Dicha situación, lejos de ampliar la presencia de temas y perspectivas en los medios digitales - la cual estaría favorecida por las propiedades del dispositivo técnico - sólo reforzó la propagación de una lista limitada de asuntos propuesta por la cabecera en todos los

formatos que el medio controla. El presente trabajo constituye un estudio exploratorio de caso que se enmarca en la perspectiva teórica de la Agenda Setting (Establecimiento de Agenda).

### **Transformación de las Industrias Culturales en Argentina: un estudio de caso a partir del proceso de concentración del Grupo Clarín (2013)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: VIII Congresos Internacional ULEPICC

Ciudad: BERNAL

Año del evento: 2013

Anales/Proceedings:Memorias del VIII ULEPICC

ISSN/ISBN: 978-987-558-266-8

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Ciudad: BERNAL

Palabras clave: ECONOMÍA POLÍTICA CULTURA CLARÍN

Medio de divulgación: Internet

<http://ulepicc.com/wp-content/uploads/VIII-Congreso-ULEPICC-Libro-de-Actas-QUILMES-Argentina.pdf>

El objetivo general del presente trabajo es analizar el proceso de crecimiento y de consolidación del Grupo Clarín de la República Argentina. Tal decisión se fundamenta en dos cuestiones centrales. En primer término, el estudio del holding constituye un caso que puede resultar útil para comprender las características propias del proceso de reconversión y concentración de las industrias culturales en Argentina en particular y en América Latina en general. En segundo lugar, la elección de Clarín se sustenta en que la posición dominante del multimedio en el mercado nacional se robustece su centralidad a la hora de erigirse como referencia para la construcción de la agenda pública y mediática (Becerra y Mastrini, 2009: 65). En consecuencia, se pretende analizar el proceso de consolidación de Clarín prestando especial atención a dos variables que están íntimamente relacionadas y constituyen los objetivos específicos del presente trabajo. Los mismos son: 1) describir la evolución del grupo en relación con el desarrollo de las diferentes ramas de las Industrias Culturales en los últimos cuarenta años y 2) analizar los modelos de intervención del Estado en la regulación de medios de comunicación en ese período. El presente trabajo constituye un estudio exploratorio de caso que se enmarca en la perspectiva teórica de la Economía Política de la Comunicación.

### **La polarización política en la prensa gráfica. Un estudio de caso del conflicto campo - gobierno (2012)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, NATALIA ARUGUETE

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: I Encuentro de Equipos de Investigación CEPOS / UNQ: Perspectivas actuales de la Economía Política de la Comunicación

Ciudad: BERNAL

Año del evento: 2012

Anales/Proceedings:Memorias del 1º encuentro de equipos de investigación CEPOS/UNQ

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Ciudad: BERNAL

Palabras clave: INDEXING CONFLICTO CAMPO GOBIERNO

Medio de divulgación: CD-Rom

El llamado "conflicto del campo" que tuvo lugar en la Argentina en el año 2008 inauguró un escenario de confrontación entre el Gobierno nacional y las principales corporaciones agrarias del país. El diario Clarín -el de mayor tirada del país y con mayor capacidad de influir en la opinión pública- hizo una profusa cobertura de este caso, que puede ser abordada desde diversas dimensiones. En este trabajo se analiza puntualmente la relación que este matutino entabló con sus fuentes de información durante los meses más álgidos de la controversia desatada entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y las principales entidades del agro pampeano entre marzo y julio de 2008. La base conceptual de este estudio es la teoría del Indexing.

### **Historia, alcances y perspectivas de la nueva Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (2012)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado  
Completo  
Evento: Nacional  
Descripción: XIV Congreso REDCOM: Investigación y extensión en comunicación. Sujetos, políticas y contextos  
Ciudad: BERNAL  
Año del evento: 2012  
Anales/Proceedings: XIV Congreso REDCOM  
ISSN/ISBN: 1852-6349  
Publicación arbitrada  
Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES  
Ciudad: BERNAL  
Palabras clave: MEDIOS POLÍTICAS PLANIFICACIÓN LEY 26522  
La nueva ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual fue sancionada por el Congreso de la Nación el 10 de octubre de 2009, luego de haber sido discutida en 24 foros abiertos, realizados en todo el país, por los principales actores del sector. La nueva norma avanza formalmente en la democratización de las telecomunicaciones en varios aspectos. En primer lugar se reserva un 33% del espectro radioeléctrico para entidades sin fines de lucro, taxativamente excluidas por la Ley de Radiodifusión vigente hasta ese momento implementada por la última dictadura militar. En segundo lugar, se limita la concentración de la propiedad y la producción audiovisual. Por último, se desarrolla una nueva estructura de medios públicos. Además, se instaura una autoridad de aplicación plural conformada por representantes del Poder Ejecutivo, de las minorías parlamentarias, de las Universidades Nacionales, los sindicatos, empresarios y otras organizaciones del tercer sector. Luego de dos años de sancionada, la implementación de la nueva ley ha encontrado numerosos obstáculos. En primer lugar, la regulación se inserta en un mercado concentrado: el 78% de los medios nacionales se encuentra en manos de los primeros 4 operadores de cada rama. Por otra parte, numerosas entidades sin fines de lucro en condiciones de acceder a licencias manifiestan la existencia de altas barreras económicas que tornan poco factible su supervivencia. Por último, el manejo gubernamental de los medios estatales contradice el espíritu de la norma. Es objetivo del presente trabajo analizar la historia, el presente y las perspectivas de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina.

**El establecimiento de la agenda en los diarios on-line y la prensa gráfica argentina: un análisis de la cobertura mediática de las Elecciones 2011 (2012)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado  
Completo  
Evento: Nacional  
Ciudad: POSADAS  
Año del evento: 2012  
Anales/Proceedings: Memorias del X ENACOM  
Publicación arbitrada  
Editorial: Universidad Nacional de Misiones  
Ciudad: POSADAS  
Palabras clave: AGENDA PRENSA WEB ELECCIONES  
Medio de divulgación: Internet

El desarrollo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación muchas veces fue abordado desde planteos deterministas que profetizaron que la democratización de las agendas informativas sería un resultado mecánico de dicho proceso. Sin embargo, el nuevo escenario informacional plantea novedosos desafíos para la investigación en Comunicación. El presente trabajo, a partir del abordaje empírico de un caso de alto impacto político - las elecciones presidenciales de 2011 en Argentina-, tiene por objetivo establecer una comparación entre las agendas temáticas de los dispositivos impresos y on-line de dos de los diarios más importantes del país (Clarín y Página/12). La elección de los periódicos responde a las diferencias que estos manifiestan en sus líneas editoriales. A partir de la metodología del Análisis de Contenido, se sometieron a estudio un total de 675 artículos publicados por los matutinos en ambos formatos. Los resultados del trabajo a la vez que confirman un tratamiento informativo heterogeneo y dicotómico entre Clarín y Página/12 sobre las elecciones 2011, ponen de manifiesto una importante homogeneidad en las agendas informativas de cada medio en sus diferentes formatos. Dicha constatación, a la vez que refuta -para este caso- la tesis de una mayor heterogeneidad de temas y visiones asociadas a los medios electrónicos, sienta la base para futuras investigaciones que asocien las agendas informativas a otras variables como las líneas editoriales, la estructura de los medios, los contratos de lectura y los criterios de noticiabilidad.

**El establecimiento de la agenda en los diarios on-line y la prensa gráfica argentina: un análisis de la**

### **cobertura mediática de las Elecciones 2011 (2012)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: X Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, I Encuentro regional del Mercosur y VII Expocom; La comunicación en tiempos contemporáneos. Memorias, tradiciones y horizontes

Ciudad: Posadas

Año del evento: 2012

Anales/Proceedings:Memorias del X ENACOM

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

Ciudad: POSADAS

Palabras clave: AGENDA MEDIOS DIARIOSWEB ELECCIONES

Medio de divulgación: Internet

<http://www.enacom2012.com.ar>

El desarrollo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación muchas veces fue abordado desde planteos deterministas que profetizaron que la democratización de las agendas informativas sería un resultado mecánico de dicho proceso. Sin embargo, el nuevo escenario informacional plantea novedosos desafíos para la investigación en Comunicación. El presente trabajo, a partir del abordaje empírico de un caso de alto impacto político - las elecciones presidenciales de 2011 en Argentina-, tiene por objetivo establecer una comparación entre las agendas temáticas de los dispositivos impresos y on-line de dos de los diarios más importantes del país (Clarín y Página/12). La elección de los periódicos responde a las diferencias que estos manifiestan en sus líneas editoriales. A partir de la metodología del Análisis de Contenido, se sometieron a estudio un total de 675 artículos publicados por los matutinos en ambos formatos. Los resultados del trabajo a la vez que confirman un tratamiento informativo heterogeneo y dicotómico entre Clarín y Página/12 sobre las elecciones 2011, ponen de manifiesto una importante homogeneidad en las agendas informativas de cada medio en sus diferentes formatos. Dicha constatación, a la vez que refuta -para este caso- la tesis de una mayor heterogeneidad de temas y visiones asociadas a los medios electrónicos, sienta la base para futuras investigaciones que asocien las agendas informativas a otras variables como las líneas editoriales, la estructura de los medios, los contratos de lectura y los criterios de noticiabilidad.

### **La percepción del conflicto político desde el tratamiento periodístico de los actores. Un estudio de caso (2012)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, NATALIA ARUGUETE

Publicado

Completo

Evento: Regional

Descripción: X Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, I Encuentro regional del Mercosur y VII Expocom; La comunicación en tiempos contemporáneos. Memorias, tradiciones y horizontes

Ciudad: POSADAS

Año del evento: 2012

Anales/Proceedings:Memorias del X ENACOM

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

Ciudad: POSADAS

Palabras clave: MEDIOS CONFLICTO ACTORES PERSONALIZACIÓN

Medio de divulgación: Internet

<http://www.enacom2012.com.ar>

En su estudio sobre los factores que condicionan la elaboración de las noticias, Shoemaker y Reese (1996) encuentran una serie de limitaciones que operan en distintos niveles, afectando los criterios de noticiabilidad a la hora de seleccionar los acontecimientos que ingresarán a las agendas mediáticas, así como la forma de presentar tales eventos y a sus protagonistas. Según Bennett (2007), uno de los principales riesgos de la labor periodística es el de caer en una "personalización de la noticia". En base a estos conceptos teóricos, el objetivo de este trabajo es analizar el conflicto entre las entidades agrarias más importantes del país y el gobierno de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner durante el año 2008, apuntando a vislumbrar el tipo de tratamiento que este matutino hizo de los actores involucrados en la contienda, y si tal cobertura tuvo los rasgos de una "personalización de la información".

---

### **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina (2012)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: XI Congreso Latinoamericano de Investigadores en Comunicación

Ciudad: MONTEVIDEO

Año del evento: 2012

Anales/Proceedings:Memorias del Congreso ALAIC 2012

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

Ciudad: MONTEVIDEO

Palabras clave: REGULACIÓN MEDIOS ARGENTINA DEMOCRATIZACIÓN

Medio de divulgación: Internet

<http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/alaic>

En octubre de 2009 se promulgó en Argentina la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. La misma reemplazó al decreto-ley 22.285/80 de la última dictadura militar (1976-1983) que reguló las telecomunicaciones y la radiodifusión argentina durante más de 25 años de democracia. La nueva norma avanza formalmente en la democratización del mercado audiovisual en tres aspectos centrales. En primer lugar, establece una repartición más equitativa del espectro radioeléctrico (propiedad del estado nacional), reservando un 33% del mismo para entidades sin fines de lucro que, de acuerdo con la normativa anterior, se hallaban expresamente excluidas de la posibilidad de acceder a licencias. En segundo lugar, la nueva norma pone límites a la concentración de la propiedad y la producción audiovisual. Para esto, a la vez que se establecen restricciones a la cantidad de licencias que una misma empresa o entidad puede controlar, se exigen cuotas de producción nacional y local a los licenciatarios. En tercer lugar, se procede a la conformación de una nueva estructura de medios públicos y se insta una novedosa autoridad de aplicación plural con representación de todos los sectores. Luego de dos años de sancionada la nueva Ley, la implementación de la misma ha encontrado numerosos obstáculos. En primer lugar, la norma se inserta en un escenario ampliamente concentrado. En efecto, el 78% de los medios nacionales (prensa escrita, cable, TV abierta y radio) se encuentra en manos de los primeros 4 operadores de cada rama. Además de la concentración de la propiedad, la concentración de la producción es muy alta. Con epicentro en Buenos Aires, el índice de retransmisión de contenidos en el interior del país supera el 65%. Por otra parte, numerosas entidades sin fines de lucro ahora posibilitadas "legalmente" para entrar al mercado manifiestan la existencia de altas barreras económicas para el acceso efectivo a una licencia. Por último, luego de décadas de manejos gubernamentales de los medios estatales, la conformación y puesta en funcionamiento del nuevo sistema de medios públicos en un contexto de convergencia digital e implementación de nuevas tecnologías como la Televisión Digital Terrestre a cargo del estado nacional es todavía una incógnita. Es objetivo del presente trabajo analizar el escenario social, político y económico en el que se insertó la nueva ley; establecer un diagnóstico de la situación actual; y marcar los límites y posibilidades que la norma ofrece para la efectiva democratización de la comunicación en Argentina.

### **Planificación y Comunicación en el siglo XXI: balance, alcances y perspectivas (2011)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación

Ciudad: RÍO CUARTO

Año del evento: 2011

Anales/Proceedings:Memorias de las Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación

ISSN/ISBN: 1852-0308

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO CUARTO

Ciudad: RÍO CUARTO

Palabras clave: COMUNICACIÓN PLANIFICACIÓN DESARROLLO ARGENTINA

Medio de divulgación: Internet

[http://www.redcomunicacion.org/memorias/p\\_jornadas\\_a.php?idj=12](http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_a.php?idj=12)

El surgimiento de la Planificación en América Latina en los años 40 asociaba la superación del subdesarrollo al crecimiento económico, dejando fuera del alcance de la Planificación otras dimensiones esenciales. Esta situación tuvo su correlato en el campo de la Comunicación. Las mediciones de tipo cuantitativo sobre audiencias en la etapa neoliberal obturaron la posibilidad de pensar categorías cualitativamente más adecuadas para el análisis. Con el fin de la hegemonía

neoliberal se abrió un interrogante. A la vez que las viejas formas de planificar y medir el desarrollo comunicacional prevalecen, asistimos a un escenario de experiencias innovadoras de Planificación Estratégica Participativa. Es objetivo de este trabajo trazar los alcances y perspectivas de la articulación entre Planificación y Comunicación en Argentina desde la década del 90 a la fecha.

**La representación mediática del conflicto político: un estudio sobre la cobertura informativa del conflicto entre "gobierno" y "campo" en 2008 (2011)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Local

Descripción: Jornada de Becarios 2011

Ciudad: BERNAL

Año del evento: 2011

Anales/Proceedings:Memorias de las Jornadas de Becarios 2011 de la Universidad Nacional de Quilmes

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Ciudad: BERNAL

Palabras clave: COBERTURA MEDIOS AGENDA ATRIBUTOS VALORACIÓN

Medio de divulgación: CD-Rom

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la cobertura mediática del diario Clarín sobre la implementación de la Resolución N° 125/08 de retenciones móviles a las exportaciones agrícolas. Esta medida fue el detonante de un conflicto de características inéditas entre los sectores más poderosos del agro y el gobierno de la República Argentina. A partir de la metodología del Análisis de Contenido se procura describir el grado de relevancia otorgado al caso en el medio, la valoración predominante del tratamiento noticioso y los atributos con los que fueron presentados los temas. El recorte temporal del presente estudio abarca el período comprendido entre el 11 de marzo de 2008, momento del anuncio de la Resolución 125; hasta el 17 de julio del mismo año, día de su derogación en el Senado de la Nación. La base conceptual del trabajo empírico de este trabajo será la teoría de la Agenda Setting.

**EL USO MEDIÁTICO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN: UN ESTUDIO DE CASO A PARTIR DEL CONFLICTO "CAMPO - GOBIERNO" DE 2008. (2011)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, NATALIA ARUGUETE

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: Congreso de Comunicación y Ciencias Sociales

Ciudad: LA PLATA

Año del evento: 2011

Anales/Proceedings:Memorias del Congreso de Comunicación y Ciencias Sociales

ISSN/ISBN: 978-950-34-0739-4

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Ciudad: LA PLATA

Palabras clave: FUENTES MEDIOS INDEXING

Medio de divulgación: CD-Rom

Es objeto del presente trabajo analizar la relación que mantuvo el matutino argentino Clarín con sus fuentes de información en la cobertura mediática del conflicto "campo - gobierno" en 2008. Numerosos estudios sobre la utilización de las fuentes de información han concluido que la palabra oficial suele prevalecer por sobre otras perspectivas. El caso que aquí se estudia mostró un comportamiento diferente ya que no predominaron las fuentes provenientes del ámbito estatal. Las fuentes que dominaron en la cobertura pertenecieron a las organizaciones del sector agrario que históricamente detentaron gran capacidad de influir tanto en las decisiones políticas, como en los medios de comunicación.

**La cobertura mediática del conflicto "campo - gobierno" en la prensa argentina: un estudio sobre el uso de las fuentes de información. (2011)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, NATALIA ARUGUETE

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: 9º Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación - III Encuentro Región Cono Sur de la Federación Latinoamericana de Carreras de Comunicación Social (FELAFACS)

Ciudad: VIEDMA  
Año del evento: 2011  
Anales/Proceedings:Memorias del 9º ENACOM  
Publicación arbitrada  
Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO  
Ciudad: VIEDMA  
Palabras clave: INDEXING FUENTES NOTICIAS RUTINAS  
Medio de divulgación: CD-Rom

La relación entre fuentes de información y medios de comunicación ha sido abordada desde diferentes enfoques. La perspectiva teórica del indexing propone analizar cómo los periodistas establecen cuáles son las fuentes legítimas y/o creíbles para las coberturas informativas de los diferentes temas. El acceso a las mismas por parte de los medios no se distribuye de manera uniforme. De acuerdo al tipo de fuente que se trate, de su nivel político y de su cercanía al poder oficial dependerá el nivel de influencia que estas obtengan en las coberturas informativas. Es objeto del presente trabajo analizar la relación que mantuvo el matutino argentino Clarín con sus fuentes de información en la cobertura mediática del conflicto que en 2008 enfrentó al gobierno de la presidente Cristina Fernández de Kirchner y al sector agropecuario. El mismo se desató luego de la implementación de la Resolución N° 125/08. Dicha norma del Poder Ejecutivo, a la vez que elevaba las alícuotas que debían tributar las exportaciones del agro, ataba los gravámenes a la evolución de los precios de los commodities en el mercado internacional. Numerosos estudios sobre la utilización de las fuentes de información han concluido que la palabra oficial suele prevalecer por sobre otras perspectivas. Al ceder el monopolio noticioso a los funcionarios públicos, los medios restringen la diversidad de ideas, garantizando el "clima de negocios" en el que operan. El caso que aquí se estudia mostró un comportamiento diferente. En la cobertura mediática del conflicto "campo - gobierno" no predominaron las fuentes provenientes del ámbito estatal. Sin embargo, la creciente participación de voces no oficiales no se correspondió con una mayor democratización en el acceso de los actores a las páginas del diario Clarín. En efecto, las fuentes que dominaron su cobertura pertenecían a las organizaciones del sector agrario que históricamente detentaron un significativo poder en su capacidad de influir tanto en las decisiones políticas de los gobiernos, como en los medios de comunicación del país.

#### **El uso de los géneros periodísticos y la valoración de la noticia (2010)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES  
Publicado  
Completo  
Evento: Nacional  
Descripción: Jornadas de la Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad: UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
Año del evento: 2010  
Anales/Proceedings:Memorias de las Jornadas de la Carrera de Comunicación  
ISSN/ISBN: 978-950-29-1112-0  
Publicación arbitrada  
Editorial: UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
Ciudad: CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES  
Palabras clave: GÉNEROS VALORACIÓN NOTICIAS AGENDAS  
Medio de divulgación: CD-Rom

La Resolución N° 125/08 anunciada el 11 de marzo de 2008 modificaba los gravámenes sobre la renta extraordinaria del agro pampeano. El aumento del 35% al 44% en la alícuota que deberían pagar los embarques de soja y su movilidad provocó una reacción inmediata, cuya singularidad fue la unión de los sectores más representativos del agro argentino en un ente denominado "Mesa de Enlace" desde el que se dirigieron medidas de acción directa durante 128 días. La cobertura informativa de la contienda "Campo - Gobierno" adquirió altos niveles de visibilidad en los principales medios del país. La relevancia y jerarquía que éstos le otorgaron al hecho amplificaron sus alcances, puesto que lo que comenzó siendo un reclamo sectorial se expandió rápidamente a los principales centros urbanos. La importancia de la cobertura periodística del diario Clarín sobre la implementación de la Resolución 125 reside en que se trata del diario con mayor capacidad de fijación de agenda del país (Casermeiro, 2004). El uso discrecional de los diferentes géneros periodísticos en el tratamiento informativo de un acontecimiento tiene efectos sobre la visión que se presenta del mismo. En efecto, este trabajo corrobora que la editorialización del diario trascendió a los géneros de opinión. Las notas informativas, que deberían adquirir un mayor grado de neutralidad, según el manual de estilo de Clarín, enfocaron el caso de una manera coherente con la línea editorial del diario, reflejada en las notas de opinión. El presente análisis concluye, a partir de un estudio de caso, que la elección discrecional de los diferentes géneros periodísticos a la hora de cubrir un asunto tiene implicancias en el tono valorativo que adquiere la cobertura.

**EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD: Un análisis de la cobertura mediática del conflicto "Campo - Gobierno" en Argentina. (2010)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Internacional

Descripción: IV Congreso Interoceánico de Estudios Latinoamericanos

Ciudad: MENDOZA

Año del evento: 2010

Anales/Proceedings: IV Congreso Interoceánico de Estudios Latinoamericanos

ISSN/ISBN: 978-987-9441-40-4

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO

Ciudad: MENDOZA

Palabras clave: RESOLUCIÓN 125 CAMPO GOBIERNO CLARÍN

Medio de divulgación: Internet

[http://congresobicentenario.webuda.com/files/certamen\\_zunino.pdf](http://congresobicentenario.webuda.com/files/certamen_zunino.pdf)

El aumento en la alícuota que deberían pagar los embarques al exterior de los productos primarios del agro pampeano fue decidido por el Gobierno de la Presidente Cristina Fernández de Kirchner en marzo de 2008. Tal disposición quedó plasmada en la Resolución N° 125/08, cuyo anuncio provocó una reacción de protesta de gran dimensión llevada adelante de manera conjunta por las más importantes entidades agropecuarias del país. La cobertura informativa de la contienda "Campo - Gobierno", durante los 128 días que duró el conflicto, repercutió fuertemente en la opinión pública. En efecto, un reclamo sectorial ubicado geográficamente en el interior del país se expandió rápidamente a las grandes ciudades. Este trabajo estudia la cobertura periodística del diario Clarín sobre la implementación de la Resolución 125. La elección del periódico a analizar radica en las características del mismo: es el diario con más circulación de habla hispana y uno de los dos de referencia de nuestro país (junto con La Nación). Además posee la capacidad de influir en la agenda de los otros medios y en la agenda pública. Esta ponencia indaga en la cobertura del diario Clarín sobre "el conflicto del campo" desde la perspectiva teórica del Establecimiento de Agenda.

**El conflicto del campo en la prensa argentina. Un estudio de la cobertura del diario Clarín. (2010)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, NATALIA ARUGUETE

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: 8° Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación. Sobre Navegaciones y Territorios. Investigación, Intervención y Contextos de la Comunicación

Ciudad: SAN SALVADOR DE JUJUY

Año del evento: 2010

Anales/Proceedings: CD de las Jornadas del VIII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE JUJUY

Ciudad: SAN SALVADOR DE JUJUY

Palabras clave: CONFLICTO CAMPO GOBIERNO CLARÍN

Medio de divulgación: CD-Rom

El anuncio de la Resolución N° 125/08 de retenciones móviles a las exportaciones de granos, hecho efectivo por el Poder Ejecutivo argentino el 11 de marzo de 2008, desató una reacción pública inusitada e instaló este asunto en el orden del día. El tipo de tratamiento noticioso que la prensa gráfica argentina dio a este caso puso en evidencia la correlación de fuerzas entre los intereses y demandas de los actores involucrados en este proceso. El presente trabajo aborda la relevancia del conflicto en la cobertura noticiosa del diario Clarín. Además se analiza cuáles fueron los temas (issues) salientes del tratamiento informativo y la valoración con la que estos fueron presentados. El trabajo empírico-analítico se basa en la teoría de Agenda Setting.

**La cobertura mediática de la Resolución 125 en la prensa argentina. Una aproximación desde la perspectiva teórica de la Agenda Setting (2010)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: XIV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación "Investigación y participación para el cambio social"

Ciudad: BERNAL

Año del evento: 2010  
Anales/Proceedings:Memorias de las Jornadas 2010 - On Line  
Publicación arbitrada  
Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES  
Ciudad: BERNAL  
Palabras clave: COBERTURA AGENDA SETTING CONFLICTO CLARÍN  
Medio de divulgación: Internet  
<http://www.redcomunicacion.org>

La Resolución N° 125/08 de retenciones móviles a las exportaciones de granos fue anunciada el 11 de marzo de 2008 por el Gobierno argentino. La misma, elevaba las alícuotas que debían tributar los principales productos exportables del agro pampeano. El tipo de tratamiento noticioso que la prensa gráfica argentina dio a este caso puso en evidencia la correlación de fuerzas entre los intereses y demandas de los actores involucrados en este proceso. Las operaciones periodísticas de inclusión y exclusión de los diferentes temas asociados al conflicto "campo -gobierno" y la valoración con la que los mismos fueron retratados pone de manifiesto una manera particular de configurar la agenda mediática. La importancia del caso radica en que, desde la perspectiva de la Agenda Setting, se prevén importantes efectos de la agenda de los medios sobre la percepción pública de la realidad social que queda más allá de la experiencia directa. El presente estudio analiza el tratamiento noticioso de los "temas" asociados al "conflicto del campo" y la valoración de la noticia en la cobertura del diario Clarín sobre este fenómeno.

### **EL TRATAMIENTO DE LAS NOTICIAS: Los orígenes y evolución de la teoría del Framing o teoría del Encuadre (2009)**

NATALIA ARUGUETE , ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: VII Encuentro Nacional de carreras de Comunicación: comunicación, crisis global y creatividad constructiva

Ciudad: GENERAL ROCA

Año del evento: 2009

Anales/Proceedings:Memorias del 7° ENACOM

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE

Ciudad: GENERAL ROCA

Palabras clave: NOTICIAS FRAMING AGENDA PÚBLICO

Medio de divulgación: CD-Rom

El presente trabajo es una revisión de la teoría del Framing. Se analiza el contexto teórico de su nacimiento, sus antecedentes y su evolución en los estudios de la relación entre medios de comunicación y opinión pública. En este marco, se desarrolla la discusión planteada entre esta perspectiva teórica y la Agenda-setting. Finalmente, se esboza una propuesta de complementación de esta perspectiva con otros abordajes teóricos, con vistas a lograr una mirada más integral que entienda a los productores de la información como actores insertos en una comunidad, cuyos valores expresan y redefinen.

### **LA COBERTURA INFORMATIVA DE LA RESOLUCIÓN 125 EN CLARÍN (2009)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: VI Jornada anual de investigación en comunicación

Ciudad: GENERAL SARMIENTO

Año del evento: 2009

Anales/Proceedings:Memorias de la Jornada Anual de Comunicación de la UNGS

ISSN/ISBN: 1850-6321

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SARMIENTO

Ciudad: GENERAL SARMIENTO

Palabras clave: RESOLUCIÓN 125 GOBIERNO CAMPO CLARÍN

Medio de divulgación: CD-Rom

La Resolución 125 de "retenciones móviles" a las exportaciones de granos fue anunciada el 11 de marzo de 2008. El aumento del 35% al 44% en la alícuota que deberían pagar los embarques de soja al exterior provocó una reacción inmediata de las principales entidades rurales argentinas. La cobertura informativa de la contienda "Campo - Gobierno" durante 128 días repercutió

fuertemente en la opinión pública. La relevancia y el tratamiento que le dieron los medios nacionales al conflicto amplificaron sus alcances. Esta ponencia analiza la cobertura del diario Clarín sobre "el conflicto del campo" desde las perspectivas teóricas del Establecimiento de Agenda (Agenda Setting) y el Encuadre de la noticia (Framing).

### **CAMPO VERSUS GOBIERNO SEGÚN CLARÍN (2008)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, MIRIAM GUZMÁN

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: Jornadas Académicas 2008. "Producir teoría, pensar las prácticas"

Ciudad: CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

Año del evento: 2008

Anales/Proceedings: Producir Teorías, pensar las prácticas. Jornadas académicas 2008.

ISSN/ISBN: 978-950-29-1112-0

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Ciudad: BUENOS AIRES

Palabras clave: CAMPO GOBIERNO CLARÍN AGENDA

Medio de divulgación: CD-Rom

La construcción del acontecimiento en torno a las retenciones para el agro. "Campo", "Gobierno" y "medios" de acuerdo a la perspectiva del diario Clarín. Un abordaje desde el Establecimiento de la agenda, el Encuadre de la noticia, la opinión pública y las relaciones de poder.

### **LA CONSTRUCCIÓN DEL ACONTECIMIENTO SEGÚN CLARÍN (2008)**

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, MIRIAM GUZMÁN

Publicado

Completo

Evento: Nacional

Descripción: XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. "Nuevos escenarios y lenguajes convergentes"

Ciudad: ROSARIO

Año del evento: 2008

Anales/Proceedings: Memorias de las Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. (Nro. 12)

Volumen: 12

ISSN/ISBN: 1852-0308

Publicación arbitrada

Editorial: UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Ciudad: ROSARIO

Palabras clave: RETENCIONES CONSTRUCCIÓN NOTICIA ENCUADRES CLARÍN

Medio de divulgación: CD-Rom

[http://www.redcomunicacion.org/memorias/p\\_jornadas\\_p.php?id=404&idj=4](http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_p.php?id=404&idj=4)

El día 11 de marzo del 2008 el Ministro de Economía Martín Lousteau anunció medidas económicas entre las que se incluye el aumento y aplicación de retenciones móviles a la exportación de soja y maíz. A partir de ese momento se desató un conflicto de alcance nacional que mantuvo en vilo a la opinión pública por más de 100 días y que fue ampliamente abordado por los medios masivos de comunicación. Dicha cobertura puso de manifiesto categorías que invitan al análisis en tanto se constituyen en nudos críticos cargados de diferentes sentidos. Es objeto de nuestra ponencia analizar la construcción que el diario Clarín realizó del acontecimiento en relación con las modificaciones en materia de políticas de derechos de exportación. En tal sentido caracterizaremos a los actores intervinientes en el conflicto y determinaremos el encuadre propuesto por Clarín en la construcción de la agenda mediática. Nuestra propuesta teórica se basa en un abordaje desde la conformación de la agenda, el encuadre de la noticia y las relaciones de poder.

### **TEXTOS EN PERIÓDICOS O REVISTAS**

#### **En el pantano de la lógica SEO (2023)**

Página/12

Periodicos

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, MARÍA JOSÉ TELLO

Medio de divulgación: Internet

Fecha de publicación: 04/07/2023

### **Conocer, un síntoma de la nueva normalidad (2022)**

Perfil  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: COVID-19 POSTPANDEMIA CONOCIMIENTO OPINIÓN PÚBLICA  
Medio de divulgación: Internet  
Lugar de publicación: BUENOS AIRES  
<https://www.perfil.com/noticias/elobservador/conocer-un-sintoma-de-la-nueva-normalidad.phtml>

### **Vacunas, medios y redes (2021)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS REDES PANDEMIA VACUNAS  
Fecha de publicación: 15/10/2021  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2021-9-5-17-9-0-vacunas-medios-y-redes>

### **¿Feliz día del periodista? (2021)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: PERIODISMO MEDIOS RUTINAS  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 30/06/2021  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2021-6-7-13-21-0--feliz-dia-del-periodista>

### **Hiperconectados, hierpconcentrados (2021)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: CONEXIÓN REDES MEDIOS CONCENTRACIÓN  
Fecha de publicación: 19/04/2021  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2021-4-19-15-39-0-hiperconectados-hiperconcentrados>

### **La corrupción como escándalo mediático (2021)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: CORRUPCIÓN MEDIOS ESCÁNDALOS  
Fecha de publicación: 18/03/2021  
Lugar de publicación: Buenos Aires

### **¿Saldremos mejores? (2020)**

Le Monde Diplomatique  
Revista  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES, IGNACIO RAMIREZ

Palabras clave: COVID-19 POLÍTICA MEDIOS ENCUADRES  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 24/10/2020  
<https://www.eldiplo.org/notas-web/saldremos-mejores/>  
Frente a la persistente pregunta acerca de las consecuencias políticas y sociales que dejará la crisis pandémica aparecen dos posibles respuestas: se profundizarán los procesos de individualización o se recrearán los lazos de solidaridad. El destino ?postpandémico? no es una fatalidad, y su resultado

tendrá mucho que ver con las formas de procesar lo que estamos viviendo. El análisis de los discursos mediáticos durante la pandemia, y su giro individualista, ayudan a pensar este interrogante y el futuro que queremos construir.

#### **El año del miedo y la información a destiempo (2020)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS MIEDOS PANDEMIA COVID-19  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 14/12/2020  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-12-14-13-42-0-el-ano-del-miedo-y-la-informacion-a-destiempo>

#### **El conflicto social como espectáculo (2020)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: CONFLICTO SOCIAL MEDIOS ESPECTÁCULO  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 04/11/2020  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-11-4-10-58-0-el-conflicto-social-como-espectaculo-mediatico>

#### **La postpandemia ya llegó (2020)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: POSTPANDEMIA COVID-19 MEDIOS  
Fecha de publicación: 31/08/2020  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-8-31-19-5-0-covid-19-y-medios-la-postpandemia-ya-llego>

#### **Las noticias sobre el coronavirus: el sesgo porteñocéntrico (2020)**

Tiempo Argentino  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: COVID-19 PANDEMIA MEDIOS SESGOS  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 07/06/2020  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.tiempoar.com.ar/nota/las-noticias-sobre-el-coronavirus-el-sesgo-portenocentrico>

#### **La polarización, los medios y la pandemia (2020)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS PANDEMIA POLARIZACIÓN POLÍTICA  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 09/06/2020  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-6-9-17-23-0-la-polarizacion-los-medios-y-la-pandemia>

#### **Periodismo y género: lo que la pandemia no cambió (2020)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS GÉNERO PANDEMIA

Medio de divulgación: Internet

Fecha de publicación: 30/06/2023

Lugar de publicación: Buenos Aires

<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-6-30-14-54-0-periodismo-y-genero-lo-que-la-pandemia-no-cambio>

#### **Las víctimas de la pandemia (2020)**

Letra P

Periodicos

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS PANDEMIA VÍCTIMAS

Medio de divulgación: Internet

Fecha de publicación: 14/05/2020

Lugar de publicación: Buenos Aires

<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-5-14-11-31-0-las-victimas-de-la-pandemia>

#### **Cae el rating de la pandemia al ritmo de la reconstrucción de la grieta (2020)**

Letra P

Periodicos

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS PANDEMIA RATING NOTICIAS

Medio de divulgación: Internet

Fecha de publicación: 19/05/2020

Lugar de publicación: Buenos Aires

<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-5-19-12-8-0-cae-el-rating-de-la-pandemia-al-ritmo-de-la-reconstr>

#### **Cuando el virus es el otro (2020)**

Página/12

Periodicos

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: PANDEMIA MEDIOS MIEDOS

Fecha de publicación: 10/04/2023

Lugar de publicación: Buenos Aires

<https://www.pagina12.com.ar/258850-cuando-el-virus-es-el-otro>

#### **Riesgos y sobreinformación (2020)**

Perfil

Periodicos

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS COVID-19 SOBREENFORMACIÓN DESINFORMACIÓN

Medio de divulgación: Internet

Fecha de publicación: 24/04/2023

Lugar de publicación: Buenos Aires

<https://www.perfil.com/noticias/columnistas/riesgos-y-sobreinformacion.phtml>

#### **La transmisión del virus (2020)**

Letra P

Periodicos

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS PANDEMIA MIEDOS

Medio de divulgación: Internet

Fecha de publicación: 15/02/2020

Lugar de publicación: Buenos Aires

<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-4-2-15-52-0-la-transmision-del-virus>

#### **El nuevo gobierno en los medios: rupturas y continuidades (2020)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS POLÍTICA COMUNICACIÓN INFORMACIÓN  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 02/01/2020  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-1-2-19-56-0-el-nuevo-gobierno-en-los-medios-rupturas-y-continuid>

#### **Frente de Todos: oficialismo en funciones (2019)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS POLÍTICA ELECCIONES  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 18/11/2019  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2019-11-18-16-45-0-frente-de-todos-oficialismo-en-funciones>

#### **Medios y públicos: la otra grieta (2019)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS PÚBLICOS AGENDAS NEWS GAP  
Fecha de publicación: 16/10/2019  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2019-10-16-18-30-0-medios-y-publicos-la-otra-grieta>

#### **Las elecciones en los medios: sesgo y polarización (2019)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS ELECCIONES POLÍTICA POLARIZACIÓN  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 05/08/2019  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2019-8-5-19-22-0-las-elecciones-en-los-medios-sesgo-y-polarizacion>

#### **La crisis económica, contada por sus propios dueños (2019)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: ECONOMÍA CRISIS MEDIOS  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 29/04/2019  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2019-4-29-9-23-0-la-crisis-economica-contada-por-sus-propios-duenos>

#### **Periodismo patriarcal (2018)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: PERIODISMO GÉNERO MEDIOS  
Medio de divulgación: Internet

Fecha de publicación: 23/12/2018  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2018-12-23-12-8-0-periodismo-patriarcal>

#### **Sólo el 20% de las noticias en medios digitales las escriben mujeres (2018)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS GÉNERO PERIODISTAS  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 10/05/2018  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2018-5-10-15-38-0-solo-el-20-de-las-noticias-en-diarios-digitales-las>

#### **La doctrina Bullrich, por el absurdo (2018)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS INSEGURIDAD MIEDOS  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 18/03/2018  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2018-3-19-14-29-0-la-doctrina-bullrich-por-el-absurdo>

#### **Maldonado, en los medios y en la red (2017)**

Página/12  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MALDONADO VIOLENCIA MEDIOS  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 20/09/2017  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.pagina12.com.ar/63925-maldonado-en-los-medios-y-en-la-red>

#### **Inseguridad y medios: el Estado como causa, el Gobierno como solución (2017)**

Letra P  
Periodicos  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Palabras clave: MEDIOS INSEGURIDAD ESTADO  
Medio de divulgación: Internet  
Fecha de publicación: 15/02/2017  
Lugar de publicación: Buenos Aires  
<https://www.letrap.com.ar/nota/2017-2-15-inseguridad-y-medios-el-estado-como-causa-el-gobierno-como->

## **Producción técnica**

### **TRABAJOS TÉCNICOS**

#### **Cómo nos informamos sobre salud mental. De las prácticas informativas a las estrategias para una mejor comunicación sobre salud mental (2022)**

Consultoría  
ZUNINO ESTEBAN ANDRES, PATRICIA FERRANTE, BELÉN IGARZABAL, GABRIEL KESSLER  
El presente informe releva, investiga y describe resultados empíricos sobre los procesos sociales de búsqueda de información sobre Salud Mental y los consumos informativos sobre este tema en la Argentina entre junio de 2021 y junio de 2022. Los resultados que aquí se exponen se desprenden de tres objetivos específicos que orientaron la labor, a saber: 1) Identificar cuáles fueron las búsquedas predominantes en internet sobre Salud Mental durante el período; 2) Analizar qué tipo de contenido informativo circuló sobre el tema y cuáles fueron los tópicos y que encuadres

generaron mayores niveles de engagement y; 3) contrastar los resultados obtenidos con la reflexión de expertos en la materia. En función de los objetivos planteados se diseñó una estrategia para la recolección de la información, su procesamiento y análisis. En primer lugar, se investigó, a partir de las tendencias de búsqueda de Google y sobre las estadísticas de navegación de Wikipedia, sobre cuáles fueron los asuntos que motivaron mayores niveles de indagación ciudadana. En segundo lugar, se realizó un análisis de contenido cuantitativo sobre las noticias que mayor nivel de engagement generaron en las redes sociales según el software Buzzsumo. Finalmente, se realizaron entrevistas a expertos con la finalidad de generar una reflexión sobre el asunto a partir de la puesta en discusión de los datos obtenidos. Los resultados permiten apreciar: ? Altos niveles de correlación entre pandemia y Salud Mental en las noticias más consumidas, al punto que el COVID-19 actuó como un factor determinante del engagement de la información en las redes sociales. ? Una tendencia a la personalización de dolencias de famosos y famosas en los contenidos informativos que más circularon. ? Un tratamiento informativo más profundo y problematizado de los padecimientos cuando se relacionaron con la pandemia en general, y con niñas, niños y adolescentes en particular. ? Un fuerte componente prescriptivo orientado a la resolución individual y práctica de problemas entre las informaciones que más captaron la atención pública. ? Una centralización de las lecturas en los contenidos elaborados por los principales medios del AMBA que generó una sobrerrepresentación de la problemática con epicentro en Buenos Aires y una subrepresentación de las realidades locales de otros centros urbanos y/o localidades rurales del país. ? Una participación marginal del Estado como actor central en el diagnóstico, diseño e implementaci

País: Argentina

Idioma: Español

Disponibilidad: Irrestringida

Duración: 6 meses

Institución financiadora: FUNDACIÓN MEDIFE

Palabras clave: SALUD MENTAL REDES SOCIALES MEDIOS DIGITALES

<https://www.fundacionmedife.com.ar/como-nos-informamos-sobre-salud-mental>

### **INFORMACIÓN SOBRE VACUNAS Y CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN CONTRA EL COVID-19 ENTRE LA GEOPOLÍTICA, LAS POLÉMICAS Y LA ESPERANZA DEL FIN DE LA PANDEMIA (2021)**

Consultoría

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, PATRICIA FERRANTE, BELÉN IGARZABAL, GABRIEL KESSLER  
Junto al área de Comunicación y Cultura de FLACSO, desde Fundación Medifé presenta un informe que es el resultado de una investigación exhaustiva del tratamiento periodístico sobre vacunas contra el Covid-19 en la Argentina, el consumo de las noticias asociadas al tema a través de medios sociales, y la indagación ciudadana sobre el problema en internet entre marzo de 2020 y junio de 2021. Su objetivo general es analizar el circuito de la información sobre vacunas y sus tópicos asociados. Los resultados del estudio fueron construidos en base a: Un análisis de contenido sobre todas las noticias publicadas por los principales medios digitales del país, Infobae, Clarín y La Nación, en los primeros scrolls de sus homes a partir de una recolección diaria durante todo el período El estudio sistemático de las piezas informativas que mayor nivel de involucramiento lograron por parte de los públicos en Facebook Un relevamiento de los intereses sociales sobre el asunto que surge de la identificación de las principales búsquedas de los ciudadanos/as con acceso a internet en Google Trends Entrevistas a profundidad a informantes clave del campo científico y periodístico.

País: Argentina

Idioma: Español

Disponibilidad: Irrestringida

Duración: 6 meses

Institución financiadora: FUNDACIÓN MEDIFE

Palabras clave: COVID-19 VACUNAS MEDIOS DIGITALES

<https://www.fundacionmedife.com.ar/InformacionVacunacion>

### **Comunicación institucional, escucha social y medios de comunicación sobre UNICEF Perú (2021)**

Consultoría

ZUNINO ESTEBAN ANDRES, PATRICIA FERRANTE

El presente informe analiza la dimensión comunicacional de UNICEF Perú en relación con los objetivos del CPD 2017-2021. El trabajo releva la agenda temática institucional a través de diferentes técnicas. Entre estas se destacan la entrevista en profundidad a informantes clave y el análisis de los contenidos comunicacionales generados por la institución, principalmente en Facebook, la red social con más penetración en Perú y que aporta mayor volumen de seguidores

orgánicos a UNICEF. En el análisis se ponen en relación las agendas institucional y mediática con la escucha social (social listening) relacionada con niños, niñas y adolescentes (NNA). Los resultados permiten vislumbrar: ¿ Coherencia entre los propósitos institucionales de UNICEF y las acciones que se comunican. ¿ Un planteo multidimensional de las problemáticas referidas a niños, niñas y adolescentes. ¿ Un enfoque de derechos que predomina sobre todos los temas de la agenda de UNICEF. ¿ Un despliegue territorial que se traslada a la dimensión comunicacional y que fue capaz de visibilizar las problemáticas de las regiones en las que se intervino, aunque se detecta una sobrerrepresentación de iniciativas centralizadas en Lima y la zona metropolitana. ¿ Una población objetivo de las iniciativas que involucra a niños, niñas y adolescentes en general, pero que muestra versatilidad para generar acciones segmentadas para la primera infancia, para niños y niñas, para niñas y adolescentes mujeres, para adolescentes, para niños, niñas y adolescentes de pueblos originarios y para NNA migrantes. ¿ Una institución flexible que fue capaz de adaptar sus iniciativas institucionales y comunicacionales al contexto de la pandemia por COVID-19 a partir de la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación en articulación con el despliegue territorial. ¿ Una fuerte capacidad de incidencia en medios de comunicación que, sin embargo, no es suficiente para que los temas y encuadres promovidos por UNICEF dominen la agenda mediática. ¿ Una creciente capacidad en la gestión de contenidos en redes sociales y canales digitales que se tradujo en un incremento de followers en las cuentas institucionales y de engagement en las publicaciones. La puesta en relación de las diferentes dimensiones analizadas evidencia la existencia de un importante volumen de iniciativas de UNICEF que se comunican diariamente y en cuya planificación se tienen en cuenta las particularidades de las plataformas para la el

País: Perú

Idioma: Español

Disponibilidad: Restringida

Duración: 4 meses

Institución financiadora: UNICEF PERÚ

Palabras clave: UNICEF PERÚ MEDIOS COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL SOCIAL LISTENING

### **Relevamiento del impacto social de las medidas dispuestas por el PEN (2020)**

Consultoría

MARTIN BECERRA , ZUNINO ESTEBAN ANDRES , BRENDA FOCAS

El Informe elaborado por la comisión COVID 19 Ciencias Sociales del MINCYT-CONICET-AGENCIA se basa en un relevamiento nacional que fue el resultado del trabajo de una amplia red federal de investigadoras e investigadores pertenecientes al sistema científico y universitario de nuestro país. Su objetivo prioritario fue relevar los efectos sociales de las medidas de aislamiento tomadas por el PEN. Este primer diagnóstico analiza cómo se expresan y qué desafíos presentan los déficits estructurales de la sociedad argentina y la situación de las poblaciones vulnerables frente a las medidas sanitarias de corte excepcional. Puede ser considerado como una línea de base del primer periodo de implementación de las medidas en vistas a lo que fue su extensión en el tiempo. Es preciso señalar el alto dinamismo de la crisis que está atravesando la sociedad argentina. Enefecto, muchas de las situaciones críticas derivadas del diagnóstico de este informe eran atendidas por iniciativas estatales y comunitarias a medida que eran relevadas, muchas fueron implementadas una vez finalizado este informe, mientras que otras siguen pendientes de atención en diversos distritos y localidades. Este informe muestra el funcionamiento de una extensa red de organizaciones sociales, comunitarias, educativas y religiosas que actúan en los territorios más relegados colaborando con las acciones del Estado en todos sus niveles. El informe representa la vocación y la capacidad técnica del Estado para producir conocimiento social sobre sus acciones, evidencia para el diseño y monitoreo social de políticas públicas así como para generar diagnósticos que contribuyan a atenuar las dificultades de la crisis generada el COVID 19.El apartado sobre Comunicación y Medios contiene dos líneas de aportes como insumos a la política pública: en primer lugar, sobre la comunicación oficial/gubernamental; en segundo lugar, sobre la agenda mediática. Por último, incluye una advertencia sobre datos personales y privacidad. Sobre comunicación oficial/gubernamental se puntualizan recomendaciones y sugerencias de acción para potenciar los aciertos, evitar descoordinación y anticipar posibles errores. Las recomendaciones abarcan orientaciones estratégicas y medidas para combatir rumores y desinformación con intervenciones precisas y detalladas. Sobre agenda mediática, se despliega un análisis de contenido cuantitativo mediante el cual se relevaron diez de los principales medios digitales del país (La Nación, Clarín, In

País: Argentina

Idioma: Español

Disponibilidad: Irrestringida

Duración: 3 meses

Institución financiadora: CONICET / MINCYT

Palabras clave: COVID-19 MEDIOS OBSERVATORIO

<https://www.conicet.gov.ar/la-comision-de-ciencias-sociales-de-la-unidad-covid-19-relevo-los-alcance>

El Informe elaborado por la comisión COVID 19 Ciencias Sociales del MINCYT-CONICET-AGENCIA se basa en un relevamiento nacional que fue el resultado del trabajo de una amplia red federal de investigadoras e investigadores pertenecientes al sistema científico y universitario de nuestro país. Su objetivo prioritario fue relevar los efectos sociales de las medidas de aislamiento tomadas por el PEN. Este primer diagnóstico analiza cómo se expresan y qué desafíos presentan los déficits estructurales de la sociedad argentina y la situación de las poblaciones vulnerables frente a las medidas sanitarias de corte excepcional. Puede ser considerado como una ?línea de base? del primer periodo de implementación de las medidas en vistas a lo que fue su extensión en el tiempo. Es preciso señalar el alto dinamismo de la crisis que está atravesando la sociedad argentina. Enefecto, muchas de las situaciones críticas derivadas del diagnóstico de este informe eran atendidas por iniciativas estatales y comunitarias a medida que eran relevadas, muchas fueron implementar una vez finalizado este informe, mientras que otras siguen pendientes de atención en diversos distritos y localidades. Este informe muestra el funcionamiento de una extensa red de organizaciones sociales, comunitarias, educativas y religiosas que actúan en los territorios más relegados colaborando con las acciones del Estado en todos sus niveles. El informe representa la vocación y la capacidad técnica del Estado para producir conocimiento social sobre sus acciones, evidencia para el diseño y monitoreo social de políticas públicas así como para generar diagnósticos que contribuyan a atenuar las dificultades de la crisis generada el COVID 19. El apartado sobre Comunicación y Medios contiene dos líneas de aportes como insumos a la política pública: en primer lugar, sobre la comunicación oficial/gubernamental; en segundo lugar, sobre la agenda mediática. Por último, incluye una advertencia sobre datos personales y privacidad. Sobre comunicación oficial/gubernamental se puntualizan recomendaciones y sugerencias de acción para potenciar los aciertos, evitar descoordinación y anticipar posibles errores. Las recomendaciones abarcan orientaciones estratégicas y medidas para combatir rumores y desinformación con intervenciones precisas y detalladas. Sobre agenda mediática, se despliega un análisis de contenido cuantitativo mediante el cual se relevan diez de los principales medios digitales del país (La Nación, Clarín, In

#### **Auditoría de medios e imagen del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012)**

Consultoría

ZUNINO ESTEBAN ANDRES

Análisis de la aparición del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en 33 diarios nacionales y provinciales de la Argentina. Coordinación de equipo.

País: Argentina

Idioma: Español

Disponibilidad: Restringida

Duración: 12 meses

Institución financiadora: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS

Palabras clave: AGENDA INDEC PRENSA ARGENTINA

#### **OTRAS PRODUCCIONES**

#### **ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

#### **ALAIC 2022 "La comunicación como bien público global: nuevos lenguajes críticos y debates hacia el porvenir" (2022)**

Zunino, E.

Congreso

Sub Tipo: Organización

Lugar: Argentina ,Buenos Aires, Argentina

Idioma: Español

Duración: 1 semanas

Evento itinerante: SI

Institución Promotora/Financiadora: Asociación Latinoamericana de investigadores en Comunicación

#### **XVIII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social FELAFACS 2021 "Encrucijadas y nuevos escenarios de la Comunicación Social" (2021)**

Zunino, E.

Congreso

Sub Tipo: Organización  
Lugar: Uruguay ,Montevideo, Uruguay  
Idioma: Español  
Duración: 1 semanas  
Evento itinerante: SI  
Institución Promotora/Financiadora: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)

#### **XVII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social 2019 (2019)**

Zunino, E.  
Congreso  
Sub Tipo: Organización  
Lugar: Bolivia ,Sucre, Bolivia  
Idioma: Español  
Duración: 1 semanas  
Evento itinerante: SI  
Institución Promotora/Financiadora: FELAFACS / UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA DE SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA (USFX)

#### **XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación (FADECCOS) / IV Encuentro Cono Sur (FELAFACS) (2014)**

Zunino, E.  
Congreso  
Sub Tipo: Organización  
Lugar: Argentina ,MENDOZA, ARGENTINA  
Idioma: Español  
Duración: 1 semanas  
Evento itinerante: SI  
Institución Promotora/Financiadora: FADECCOS

## **Evaluaciones**

### **EVALUACIÓN DE PROYECTOS**

#### **COMITÉ EVALUACIÓN DE PROYECTOS**

##### **Comisión Asesoras para Sociología, Demografía y Comunicación del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas ( 2023 )**

Sector Extranjero/Internacional/Otros / CONICET , Argentina  
Cantidad: De 5 a 20

Coordinador de la Comisión Asesora de Sociología, Demografía y Comunicación para becas del CONICET, Argentina.

##### **Comisión Asesoras para Sociología, Demografía y Comunicación del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas ( 2022 / 2023 )**

Sector Extranjero/Internacional/Otros / CONICET , Argentina  
Cantidad: De 5 a 20

Miembro de la Comisión Asesora en Sociología, Demografía y Comunicación para becas del CONICET, Argentina.

### **EVALUACIÓN INDEPENDIENTE DE PROYECTOS**

#### **Universidad Ibero México. Proyecto Desafíos de las campañas presidenciales 2024-25 en México, Ecuador y Chile: desinformación, métodos e impactos ( 2023 )**

México  
Cantidad: Menos de 5  
Evaluación del proyecto "Desafíos de las campañas presidenciales 2024-25 en México, Ecuador y Chile: desinformación, métodos e impactos". Universidad Ibero México.

**Universidad Nacional de Jujuy. Proyecto: Mediación pedagógica y dispositivos digitales en materias de**

### **diferentes carreras la FHyCS, desde una perspectiva de Comunicación y Educación ( 2023 )**

Argentina

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del proyecto "Mediación pedagógica y dispositivos digitales en materias de diferentes carreras la FHyCS, desde una perspectiva de Comunicación y Educación". Universidad Nacional de Jujuy.

### **AGENCIA NACIONAL DE PROMOCION CIENT Y TECNOLOGICA (ANPCYT) ; MINISTERIO DE CIENCIA, TEC. E INNOVACION PRODUCTIVA (Argentina): Evaluación externa del proyecto PICT-2020-00960 ( 2021 )**

Argentina

Cantidad: Menos de 5

Evaluación externa del proyecto PICT-2020-00960. AGENCIA NACIONAL DE PROMOCION CIENT Y TECNOLOGICA (ANPCYT) ; MINISTERIO DE CIENCIA, TEC. E INNOVACION PRODUCTIVA (Argentina).

### **Universidad de Buenos Aires. Programación Proyectos de Investigación UBACYT 2020 Modalidad II ( 2020 )**

Argentina

Cantidad: Menos de 5

La SECRETARÍA DE CIENCIA Y TÉCNICA de la UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES certifica que ESTEBAN ANDRÉS ZUNINO ha participado como ESPECIALISTA EXTERNO/A en la evaluación de la Programación Proyectos de Investigación UBACYT 2020 Modalidad II. Asimismo, se hace constar que la generación electrónica automática del presente comprobante, constituye suficiente prueba de autenticidad y validez para ser presentado ante quien corresponda. Capital Federal,04/03/2020

## **EVALUACIÓN DE PUBLICACIONES**

### **COMITÉ EDITORIAL**

#### **Diálogos ( 2022 )**

Tipo de publicación: Revista

Editorial: FELAFACS

Cantidad: Menos de 5

Dirección de la Revista Diálogos de la Comunicación de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)

#### **Perspectivas de la Comunicación ( 2020 / 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Editorial: UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

Cantidad: De 5 a 20

Comité editorial de la Revista Perspectivas de la Comunicación de la Universidad de la Frontera de Chile ISSN 0718-4867

#### **Difusiones ( 2020 / 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Editorial: Universidad Católica de Santiago del Estero

Cantidad: De 5 a 20

Integrante del Comité Editorial de la Revista Difusiones de la Universidad Católica de Santiago del Estero ISSN 2314-1662

#### **Viator ( 2015 / 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Editorial: Universidad Nacional de Jujuy

Cantidad: Mas de 20

Integrante del Comité Editorial de la Revista Viator de la Universidad Nacional de Jujuy ISSN 2468-9750

#### **Intersecciones de la Comunicación ( 2015 / 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Editorial: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Cantidad: Mas de 20

Integrante del Comité Editorial de la Revista Intersecciones de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires ISSN 1515-2332

## REVISIONES

### **Las fuentes de información sobre vacunas en la prensa española: el efecto covid-19 ( 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Las fuentes de información sobre vacunas en la prensa española: el efecto covid-19"

### **La agenda de género/feminista en los medios durante la pandemia y la pospandemia: el punto de vista de periodistas mendocinas ( 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "La agenda de género/feminista en los medios durante la pandemia y la pospandemia: el punto de vista de periodistas mendocinas".

### **REDES SOCIALES Y VACUNACIÓN COVID-19: ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE USUARIOS EN ESPAÑA ( 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "REDES SOCIALES Y VACUNACIÓN COVID-19: ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE USUARIOS EN ESPAÑA " Revista Perspectivas de la Comunicación ISSN: 0718-4867

### **Metodología y tecnología en el análisis de noticias sobre vacunación contra el COVID ( 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Metodología y tecnología en el análisis de noticias sobre vacunación contra el COVID" Revista Latina de Metodología de las Ciencias Sociales. ISSN: 1853-7863

### **Keying. ?Página 12? y el contrabando de munición a Bolivia ( 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Keying. ?Página 12? y el contrabando de munición a Bolivia". ISSN: 2313-9137 - Austral Comunicación

### **Tres diarios y dos presidencias: un estudio sobre el sesgo partidario en los medios argentinos ( 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo: "Tres diarios y dos presidencias: un estudio sobre el sesgo partidario en los medios argentinos". ISSN: 2448-4911 - Revista Mexicana de Opinión Pública

### **Capital Cognitivo Racismo Una exploración del capital cognitivo ante discursos del odio por racismo ( 2023 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Capital Cognitivo Racismo Una exploración del capital cognitivo ante discursos del odio por racismo". ISSN: 0718-4867 - Perspectivas de la Comunicación

### **Modelo multidimensional para el estudio de los medios nativos digitales ( 2022 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Modelo multidimensional para el estudio de los medios nativos digitales". ISSN: 0719-3661 - e-ISSN: 0719-367x - Cuadernos.Info

### **Comunicación de Gobierno, confianza y biopolítica ante la COVID-19 ( 2022 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Comunicación de Gobierno, confianza y biopolítica ante la COVID-

**La representación audiovisual de las violencias. Legitimación y resignificación del accionar policial en medios de comunicación de Argentina durante la pandemia ( 2022 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "La representación audiovisual de las violencias. Legitimación y resignificación del accionar policial en medios de comunicación de Argentina durante la pandemia".

ISSN: 0186-6028 - Acta Sociológica

**Cobertura periodística de las candidatas a la gubernatura durante las campañas de México en 2021 ( 2022 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Referato ciego del artículo "Cobertura periodística de las candidatas a la gubernatura durante las campañas de México en 2021". ISSN: 0122-8285 - e-ISSN: 2027-534X - Palabra Clave

**Universidad Casa Grande: "Elecciones en Coahuila de 2017: el uso de Facebook y Twitter como nuevas formas de dominación tecnológica y degradación institucional" ( 2021 )**

Tipo de publicación: Libros

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del capítulo de libro "Elecciones en Coahuila de 2017: el uso de Facebook y Twitter como nuevas formas de dominación tecnológica y degradación institucional".

**Universidad Casa Grande. El Grass-Roots Lobbyng. Estrategia social de los lobbies ( 2021 )**

Tipo de publicación: Libros

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "El Grass-Roots Lobbyng. Estrategia social de los lobbies".

Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador.

**Del debate al ataque hay un paso. Presencia del conflicto en el tratamiento informativo de la elección presidencial mexicana de 2018 ( 2021 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo: "Del debate al ataque hay un paso. Presencia del conflicto en el tratamiento informativo de la elección presidencial mexicana de 2018". ISSN: 2448-9042 -

Comunicación y Sociedad.

**Emergencia social y visiones post pandémicas en Latinoamérica. Un análisis de los flujos comunicativos en Facebook ( 2021 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "Emergencia social y visiones post pandémicas en Latinoamérica. Un análisis de los flujos comunicativos en Facebook". ISSN: 0252-1865 - e-ISSN: 2223-1757 - Apuntes.

Revista de Ciencias Sociales.

**Kirchnerismo y medios de comunicación: Algo más que la ley de servicios de comunicación audiovisual. Politización, libertad y democratización ( 2021 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo: "Kirchnerismo y medios de comunicación: Algo más que la ley de servicios de comunicación audiovisual. Politización, libertad y democratización". ISSN: 1390-1249 - e-ISSN:

1390-8065 - Íconos. Revista de Ciencias Sociales.

**La grieta en medios tradicionales y digitales ( 2020 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "La grieta en medios tradicionales y digitales". Revista Cuadernos de H Ideas - Universidad Nacional de La Plata ISSN: 2313-9048 - e-ISSN: 2313-9048.

**Coronavirus: la recomendación de las agendas ( 2020 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Coronavirus: la recomendación de las agendas". ISSN: 2591-3530 - Divulgatio.

**El uso de Twitter por los miembros de la Asamblea Legislativa de Puerto Rico como medio de participación política ( 2020 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "El uso de Twitter por los miembros de la Asamblea Legislativa de Puerto Rico como medio de participación política". ISSN: 2216-1775 - e-ISSN: 2216-1767 - Forum.

**La seguridad en el fútbol en el gobierno de Cambiemos ( 2020 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "La seguridad en el fútbol en el gobierno de Cambiemos". ISSN: 2683-7374 - Revista Comunicación, Política y Seguridad.

**LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING. CRÍTICA EPISTEMOLÓGICA Y PROFUNDIZACIÓN CUALITATIVA A PARTIR DE UN ESTUDIO ANTROPOLÓGICO ( 2020 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING. CRÍTICA EPISTEMOLÓGICA Y PROFUNDIZACIÓN CUALITATIVA A PARTIR DE UN ESTUDIO ANTROPOLÓGICO". ISSN: 0718-4867 - Perspectivas de la Comunicación.

**EL SISTEMA INFOCOMUNICACIONAL DE LA PROVINCIA DE MENDOZA UNA CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA DE PROPIEDAD EN RELACIÓN A LA PLURALIDAD INFORMATIVA ( 2020 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "EL SISTEMA INFOCOMUNICACIONAL DE LA PROVINCIA DE MENDOZA UNA CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA DE PROPIEDAD EN RELACIÓN A LA PLURALIDAD INFORMATIVA". ISSN: 1515-2332 - e-ISSN: 2250-4184 - Intersecciones de la Comunicación.

**Del debate al ataque hay un paso. Presencia del conflicto en el tratamiento informativo de la elección presidencial mexicana de 2018 ( 2020 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Del debate al ataque hay un paso. Presencia del conflicto en el tratamiento informativo de la elección presidencial mexicana de 2018". ISSN: 2448-9042 - Comunicación y Sociedad.

**Transferencia de relevancia desde medios independientes cubanos hacia la prensa oficial ( 2020 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Transferencia de relevancia desde medios independientes cubanos hacia la prensa oficial". ISSN: 0719-367x - Cuadernos.Info.

**El recurso a las fuentes en la prensa escrita online de la Argentina ( 2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo: "El recurso a las fuentes en la prensa escrita online de la Argentina". ISSN: 0719-3661 - e-ISSN: 0719-367X - Cuadernos.Info.

**La empatía y falta de empatía de la prensa con el activismo y la diversidad social ( 2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "La empatía y falta de empatía de la prensa con el activismo y la diversidad social". ISSN: 2313-9129 - e-ISSN: 2313-9137 - Austral Comunicación.

**Las mamis famosas y la secta del colecho ( 2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Las mamis famosas y la secta del colecho". ISSN: 0719-1529 - Comunicación y Medios.

**Evaluación del artículo "LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING. REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS A PARTIR DE UN ESTUDIO ANTROPOLÓGICO (2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING. REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS A PARTIR DE UN ESTUDIO ANTROPOLÓGICO". ISSN: 0717-5175 - Perspectivas de la Comunicación.

**EL ACONTECIMIENTO QUE NO FUE NOTICIA Las violaciones a los derechos humanos durante la recuperación de La Tablada (2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "EL ACONTECIMIENTO QUE NO FUE NOTICIA Las violaciones a los derechos humanos durante la recuperación de La Tablada". ISSN 1853-5925 Avatares de la Comunicación y la Cultura.

**LA SOCIALIZACIÓN LABORAL EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN. UN MODELO DE ANÁLISIS SOBRE LOS ESTUDIOS DE CASO (2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del paper "LA SOCIALIZACIÓN LABORAL EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN. UN MODELO DE ANÁLISIS SOBRE LOS ESTUDIOS DE CASO". ISSN: 1515-2332 - e-ISSN: 2250-4184 - Intersecciones en Comunicación.

**Comunicación de Masa en Siglo XXI Argentina: una colección orientada por Héctor Schmucler (2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Comunicación de Masa en Siglo XXI Argentina: una colección orientada por Héctor Schmucler". e-ISSN: 2386-3730 - Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo.

**APORTE METODOLÓGICO DESDE LA TEORÍA DEL FRAME PARA EL ESTUDIO DE LOS IMAGINARIOS SOCIALES EN EL DISCURSO POLÍTICO (2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "APORTE METODOLÓGICO DESDE LA TEORÍA DEL FRAME PARA EL ESTUDIO DE LOS IMAGINARIOS SOCIALES EN EL DISCURSO POLÍTICO". ISSN: 0718-4867 - Perspectivas de la Comunicación.

**El activismo político de Rafael Correa en Twitter durante las elecciones seccionales ecuatorianas de 2019 (2019 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "El activismo político de Rafael Correa en Twitter durante las elecciones seccionales ecuatorianas de 2019". ISSN: 2313-9048 - Cuadernos de H Ideas.

**Caimanes del mismo pozo". Populismo y representaciones de los medios y la prensa en la estabilización hegemónica del Chavismo (2018 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Revisión del artículo "Caimanes del mismo pozo". Populismo y representaciones de los medios y la prensa en la estabilización hegemónica del Chavismo ". ISSN: 2448-4911 - Revista Mexicana de Opinión Pública.

**UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA (USERGIOARBOLEDA). "Procesos comunicacionales para conservación de la Memoria Histórica en contextos de conflicto a través de las emisoras comunitarias en el Departamento del Magdalena" (2018 )**

Tipo de publicación: Libros

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del libro "Procesos comunicacionales para conservación de la Memoria Histórica en contextos de conflicto a través de las emisoras comunitarias en el Departamento del Magdalena". Universidad Sergio Arboleda.

**COLEGIO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y ELECTORALES: La agenda mediática durante las elecciones 2018 en El Debate de Los Mochis. Nuevas propuestas de análisis de contenido ( 2018 )**

Tipo de publicación: Libros

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del capítulo "La agenda mediática durante las elecciones 2018 en El Debate de Los Mochis. Nuevas propuestas de análisis de contenido". COLEGIO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y ELECTORALES.

**#2X1: DIÁLOGOS AL COSTADO DE LA GRIETA ( 2018 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "#2X1: DIÁLOGOS AL COSTADO DE LA GRIETA". ISSN: 1515-2332 - e-ISSN: 2250-4184 - Intersecciones en Comunicación.

**Colombianos y colombianas en la Argentina. Discursos mediáticos y vivencias cotidianas (2004-2015) ( 2018 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Colombianos y colombianas en la Argentina. Discursos mediáticos y vivencias cotidianas (2004-2015)". ISSN: 2362-616X - e-ISSN: 2362-616X - Milcayac.

**El persistente entumecimiento: enmarcado noticioso (news frame) sobre Venezuela ( 2018 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "El persistente entumecimiento: enmarcado noticioso (news frame) sobre Venezuela". ISSN: 2347-081X - Textos y Contextos.

**Líderes que quieren marcar agenda. Nuevas derivaciones de la Agenda Setting ( 2017 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "Líderes que quieren marcar agenda. Nuevas derivaciones de la Agenda Setting". ISSN: 0719-644X - e-ISSN: 0719-6458 - Temas Sociológicos.

**Virajes, re-acomodaciones y disputas en las representaciones mediáticas de la protesta social y laboral ( 2017 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación externa ciega del artículo "Virajes, re-acomodaciones y disputas en las representaciones mediáticas de la protesta social y laboral". ISSN: 1666-8979 - Argumentos.

**Campañas presidenciales e influencia de los medios en las democracias en desarrollo: los fuertes efectos de corto y largo plazo del primer debate presidencial televisado en las elecciones argentinas de 2015 ( 2017 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Referato externo del artículo "Campañas presidenciales e influencia de los medios en las democracias en desarrollo: los fuertes efectos de corto y largo plazo del primer debate presidencial televisado en las elecciones argentinas de 2015". ISSN: 2448-4911 - Revista Mexicana de Opinión Pública.

**EL PARADIGMA NETFLIX Cambios en la cadena de valor de la industria de la televisión frente a la aparición de la TV online ( 2017 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "EL PARADIGMA NETFLIX Cambios en la cadena de valor de la industria de la televisión frente a la aparición de la TV online". ISSN: 2468-9750 - Viator.

### **LOS COMPROMISOS DE LA COMUNICACIÓN EN EL GERMEN DEL NEOLIBERALISMO ( 2017 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Referato externo ciego del artículo "LOS COMPROMISOS DE LA COMUNICACIÓN EN EL GERMEN DEL NEOLIBERALISMO". ISSN: 2468-9750 - Viator.

### **La responsabilidad social de la publicidad: eficacia de las campañas de bien público ( 2017 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "La responsabilidad social de la publicidad: eficacia de las campañas de bien público". ISSN: 2362-616x - Millcayac.

### **GLOBOLUDOS Y CHORIPLANEROS. CATARSIS LINGÜÍSTICA EN UN TWITTER POLITIZADO ( 2016 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "GLOBOLUDOS Y CHORIPLANEROS. CATARSIS LINGÜÍSTICA EN UN TWITTER POLITIZADO". ISSN: 2468-9750 - Viator.

### **Motivación de jóvenes universitarios hacia el uso de teléfonos celulares ( 2016 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Motivación de jóvenes universitarios hacia el uso de teléfonos celulares". ISSN: 1692-5858 - e-ISSN: 2216-135X - Encuentros.

### **Medios de comunicación, opinión pública y conflictos político-diplomáticos: Análisis del caso del conflicto Colombia-Venezuela ( 2016 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación ciega del artículo "Medios de comunicación, opinión pública y conflictos político-diplomáticos: Análisis del caso del conflicto Colombia-Venezuela". ISSN: 0188-252X - Comunicación y Sociedad.

### **Clarín y Página/12 en el debate sobre la Ley de medios ( 2016 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "Clarín y Página/12 en el debate sobre la Ley de medios". ISSN: 1668-5628 - e-ISSN: 2314-2634 - La Trama de la Comunicación.

### **Apuntes para problematizar la relación medios-público ( 2016 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "Apuntes para problematizar la relación medios-público". ISSN: 2347-081X - Textos y Contextos desde el Sur.

### **PUNTO DE CONVERGENCIA: SOBRE LA HOMOLOGÍA ENTRE POLÍTICA Y MEDIOS EN LA LÓGICA PUBLICITARIA ( 2016 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación externa del artículo "PUNTO DE CONVERGENCIA: SOBRE LA HOMOLOGÍA ENTRE POLÍTICA Y MEDIOS EN LA LÓGICA PUBLICITARIA". ISSN: 1851-6076 - Prácticas de oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales.

### **Roles contributivos vs roles partisanos en la cobertura conflictos socioambientales. Estudio comparado de medios nacionales con medios regionales ( 2016 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo: "Roles contributivos vs roles partisanos en la cobertura conflictos socioambientales. Estudio comparado de medios nacionales con medios regionales". ISSN: 2448-4911 - Revista Mexicana de Opinión Pública.

### **Luciano Elizalde, Mario Riorda (eds.), Comunicación gubernamental 360, La Crujía, Buenos Aires, 2013, 286 p. ( 2015 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Referato externo de la reseña del libro de "Luciano Elizalde, Mario Riorda (eds.), Comunicación gubernamental 360, La Crujía, Buenos Aires, 2013, 286 p.". ISSN: 1870-7300 - Revista Mexicana de Opinión Pública.

#### **Las elecciones de Brasil de 2014: marketing y propaganda política ( 2015 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Referato externo del artículo "Las elecciones de Brasil de 2014: marketing y propaganda política". ISSN: 1870-7300 - Revista Mexicana de Opinión Pública.

#### **Desafíos para las políticas de comunicación y cultura en internet ( 2014 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "Desafíos para las políticas de comunicación y cultura en internet". ISSN: 1850-4043 - Revista Argentina de Comunicación.

#### **Mito y discurso sobre la sexualidad adolescente en páginas web de habla hispana ( 2014 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "Mito y discurso sobre la sexualidad adolescente en páginas web de habla hispana". ISSN: 1692-5858 - Encuentros.

#### **Cultura Mediática: un ambiente totalizador ( 2013 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Evaluación del artículo "Cultura Mediática: un ambiente totalizador". ISSN: 1853-9343 - Confluencia.

#### **Una perspectiva antropológica sobre el federalismo y el conflicto agropecuario en la Región Centro ( 2012 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

Referato mediante el sistema de evaluación de "doble ciego" del artículo "Una perspectiva antropológica sobre el federalismo y el conflicto agropecuario en la Región Centro". ISSN: 1853-1679 - Revista Interdisciplinaria Estudios Sociales.

#### **doble ciego" del artículo "Una nueva historia entre el fútbol y la televisión, Fútbol para Todos.**

#### **Características del programa y su relación con Canal 7 ( 2012 )**

Tipo de publicación: Revista

Cantidad: Menos de 5

doble ciego" del artículo "Una nueva historia entre el fútbol y la televisión, Fútbol para Todos. Características del programa y su relación con Canal 7". ISSN: 1850-4043 - Revista Argentina de Comunicación.

### **INSTITUCIONES Y CARRERAS**

#### **Tipo de evaluación Carrera / Doctorado ( 01/01/2018 / 01/01/2022 )**

Coordinador

Institución Extranjera - Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Argentina

Doctorado en Ciencias Sociales

### **EVALUACIÓN DE CONVOCATORIAS CONCURSABLES**

#### **CONVOCATORIA GENERAL BECAS DOCTORALES CONICET 2022 ( 2023 / 2023 )**

Comité evaluador

Argentina

Cantidad: De 5 a 20

CONICET

Coordinador de la Comisión Asesora para Becas de Sociología, Demografía y Comunicación Social

### **CONVOCATORIA GENERAL BECAS DOCTORALES CONICET 2021 ( 2022 / 2023 )**

Comité evaluador

Argentina

Cantidad: De 5 a 20

CONICET

Miembro de la Comisión Asesora para Becas en Sociología, Demografía y Comunicación del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina). 2022-2023

## **Formación de RRHH**

### **TUTORÍAS CONCLUIDAS**

#### **POSGRADO**

#### **ENCUADRES NOTICIOSOS EN EL DIARIO REGIONAL EL AUSTRAL DE TEMUCO Y EL DIARIO NACIONAL LA TERCERA. SOBRE EVENTO CRÍTICO ACERCA DEL FENÓMENO DE LA INMIGRACIÓN EN CHILE. UN ANÁLISIS DE CONTENIDO EXPLORATORIO DESDE LA TEORÍA DEL FRAMING (2020 - 2022)**

Tesis de maestría

Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad de la Frontera / Facultad de Educación, Ciencias Sociales, Humanidades , Chile

Programa: Magister en Ciencias de la Comunicación

Tipo de orientación: Cotutor en pie de igualdad ( ESTEBAN ANDRES ZUNINO , RUBEN SANCHEZ SABATE )

Nombre del orientado: Ruth Digsavit Rodríguez Sánchez

País: Chile

Palabras Clave: ENCUADRES MEDIOS MIGRACIÓN CHILE

#### **Derecho a la comunicación para el desarrollo local: la creación y el fortalecimiento de radios comunitarias y campesinas a partir de los Proyectos Especiales del Programa ProHuerta en la Provincia de Mendoza entre 2017 y 2020 (2020 - 2022)**

Tesis de maestría

Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Cuyo / FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES , Argentina

Programa: Maestría en Política y Planificación Social

Tipo de orientación: Cotutor en pie de igualdad ( ESTEBAN ANDRES ZUNINO , Washington Alberto MORALES MACIEL )

Nombre del orientado: SILVANA IOVANNA CAISSON

País: Argentina

Palabras Clave: DERECHO COMUNICACIÓN MEDIOS COMUNITARIOS POLÍTICAS

#### **Reconfiguraciones en el periodismo gráfico de Catamarca (1990-2018) (2016 - 2019)**

Tesis de maestría

Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Quilmes / Departamento de Ciencias Sociales , Argentina

Programa: Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades

Tipo de orientación: Tutor único o principal

Nombre del orientado: DANIEL LENCINA

País: Argentina

Palabras Clave: PERIODISMO MEDIOS RUTINAS CATAMERCA ARGENTINA

#### **GRADO**

#### **La cobertura mediática de la COVID-19 en Argentina: un estudio sobre los discursos de control y sanción y las representaciones de las víctimas (2020 - 2021)**

Tesis/Monografía de grado

Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Cuyo / FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES , Argentina

Programa: Licenciatura en Comunicación Social

Tipo de orientación: Tutor único o principal

Nombre del orientado: ANTONELLA ARCANGELETTI  
País: Argentina  
Palabras Clave: MEDIOS COVID-19 CIBERMEDIOS ARGENTINA

**El uso de ¿la grieta? durante la pandemia por COVID-19. Un estudio sobre la polarización política en Twitter en materia de derechos humanos (2020 - 2021)**

Tesis/Monografía de grado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Cuyo / Facultad de Ciencias Políticas y Sociales , Argentina  
Programa: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: BIANCA CECCHINI MURÚA  
País: Argentina  
Palabras Clave: REDES TWITTER POLARIZACIÓN ARGENTINA

**Análisis del tratamiento informativo de la pandemia en la TV mendocina (2020 - 2021)**

Tesis/Monografía de grado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Cuyo / Facultad de Ciencias Políticas y Sociales , Argentina  
Programa: Licenciatura en Comunicación  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: RODOLFO BARRERA  
País: Argentina  
Palabras Clave: PANDEMIA COBERTURA TELEVISIÓN MENDOZA

**La estigmatización de las organizaciones políticas y sociales a través de los diarios digitales de Mendoza (2019 - 2020)**

Tesis/Monografía de grado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Cuyo / Facultad de Ciencias Políticas y Sociales , Argentina  
Programa: Licenciatura en Comunicación Social  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: BRINGAS VICTORIA  
País: Argentina  
Palabras Clave: MEDIOS DIGITALES ORGANIZACIONES SOCIALES MENDOZA ARGENTINA

**ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DE LOS GRUPOS TERRORISTAS CASO: COBERTURA DE LA MASACRE DE ORLANDO EN LOS MEDIOS NACIONALES (2017 - 2018)**

Tesis/Monografía de grado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Juan Agustín Maza / Facultad de Periodismo , Argentina  
Programa: Licenciatura en Comunicación  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: SABINA NALLIM  
País: Argentina  
Palabras Clave: TERRORISMO MEDIOS RIESGO MIEDO

**TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LOS DIARIOS LA NACIÓN Y PÁGINA/12 SOBRE EL NAUFRAGIO DEL SUBMARINO ARA SAN JUAN (2017 - 2018)**

Tesis/Monografía de grado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Juan Agustín Maza / Facultad de Periodismo , Argentina  
Programa: Licenciatura en Comunicación  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: Mauro De Bento  
País: Argentina  
Palabras Clave: COBERTURA MEDIOS NAUFRAGIO ARA SAN JUAN

**Rutinas productivas de un diario online (2017 - 2017)**

Tesis/Monografía de grado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Juan Agustín Maza / Facultad de Periodismo , Argentina  
Programa: Licenciatura en Comunicación

Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: JULIÁN VINACOUR  
País: Argentina  
Palabras Clave: RUTINAS MEDIOS DIGITALES PERIODISMO

#### **Comunicación radiofónica en la ciudad de San Rafael, Mendoza (2016 - 2017)**

Tesis/Monografía de grado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Juan Agustín Maza / FACULTAD DE PERIODISMO , Argentina  
Programa: Licenciatura en Comunicación  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: TOMÁS ARÉVALO  
País: Argentina  
Palabras Clave: RADIO REGULACIÓN SAN RAFAEL PERIODISMO

#### **La construcción de imagen de Julio Cobos en Clarín (2012 - 2013)**

Tesis/Monografía de grado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Rosario / FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES , Argentina  
Programa: Licenciatura en Comunicación Social  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: JUAN CHIUMMIENTO  
País: Argentina  
Palabras Clave: CONFLICTO AGRO ARGENTINA RESOLUCIÓN 125 COBOS CLARÍN

### **TUTORÍAS EN MARCHA**

#### **POSGRADO**

#### **La violencia institucional en los medios de comunicación: un estudio sobre los encuadres, representaciones y experiencias de víctimas en Argentina entre 2001 y 2021 (2023)**

Tesis de doctorado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Cuyo / FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES , Argentina  
Programa: Doctorado en Ciencias Sociales  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: BIANCA CECCHINI MURUA  
País/Idioma: Argentina,  
Palabras Clave: VIOLENCIA INSTITUCIONAL MEDIOS REDES VÍCTIMAS VICTIMARIOS

#### **La comunicación en contextos de crisis. Un estudio sobre el tratamiento mediático de la pandemia en los principales diarios digitales del AMBA y Mendoza entre 2020 y 2022. (2022)**

Tesis de doctorado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Cuyo / FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES , Argentina  
Programa: Doctorado en Ciencias Sociales  
Tipo de orientación: Tutor único o principal  
Nombre del orientado: ANTONELLA ARCANGELETTI  
País/Idioma: Argentina,  
Palabras Clave: MEDIOS CRISIS PANDEMIA

#### **LAS ESTRATEGIAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES COMUNITARIOS DE CUYO ENTRE 2009 Y 2020 (2020)**

Tesis de doctorado  
Sector Extranjero/Internacional/Otros / Universidad Nacional de Cuyo / FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES , Argentina  
Programa: Doctorado en Ciencias Sociales  
Tipo de orientación: Cotutor  
Nombre del orientado: SILVANA IOVANNA CAISSON  
País/Idioma: Argentina,  
Palabras Clave: MEDIOS COMUNITARIOS SOSTENIBILIDAD AUDIOVISUAL POLÍTICAS PÚBLICAS

## Otros datos relevantes

### PREMIOS, HONORES Y TÍTULOS

#### **Primer premio Certamen de Jóvenes Investigadores (2010)**

(Internacional)

Universidad Nacional de Cuyo

Primer premio en el Certamen de Jóvenes Investigadores del Congreso Interoceánico 2010.

Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo, Argentina.

### PRESENTACIONES EN EVENTOS

#### **Encuentro ICIE (International Center for Information Ethics, ICIE, por sus siglas en inglés) América Latina y el Caribe y 1er. Simposio uruguayo de ética de la información y la comunicación (2023)**

Congreso

Panelista

Uruguay

Tipo de participación: Panelista

Nombre de la institución promotora: UDELAR / ICIE

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: ELECCIONES COMUNICACIÓN INFORMACIÓN ÉTICA

#### **XVII Seminario Internacional Obitel (2022)**

Congreso

Panelista Congreso OBITEL

Argentina

Tipo de participación: Panelista

Nombre de la institución promotora: OBITEL

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: OBSERVATORIO MEDIOS INFORMACIÓN

#### **XVI Congreso de ALAIC. "La Comunicación como bien público global: nuevos lenguajes críticos y debates hacia el provenir" (2022)**

Congreso

Panelista sobre revistas de Comunicación en América Latina

Argentina

Tipo de participación: Panelista

Nombre de la institución promotora: ALAIC

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: REVISTAS COMUNICACIÓN AMÉRICA LATINA

#### **III Encontro ICIE Capítulo América Latina e Caribe (2022)**

Congreso

Conferencia ICIE

Brasil

Tipo de participación: Conferencista invitado

Nombre de la institución promotora: III Encontro ICIE Capítulo América Latina e Caribe

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: CALIDAD INFORMACIÓN MEDIOS REDES

#### **Algoritmos y periodismo: el "nuevo orden informativo" de los medios digitales (2022)**

Simposio

Panel sobre medios digitales e información

Argentina

Tipo de participación: Panelista

Nombre de la institución promotora: ICEP / UNQ

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: INFORMACIÓN COMUNICACIÓN MEDIOS DIGITALES CONVERGENCIA

#### **COLOQUIO INTERNACIONAL: EL ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN Y LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL (2022)**

Congreso

CONFERENCIA "EL ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN Y LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL"

Perú

Tipo de participación: Conferencista invitado

Nombre de la institución promotora: Unidad de Investigación de la Facultad de Psicología, Relaciones Industriales y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: ARTÍCULO CIENCIA COMUNICACIÓN INVESTIGACIÓN

#### **XVII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación ENACOM 2019 (2019)**

Congreso

Disertación sobre Formación de periodistas en la universidad pública

Argentina

Tipo de participación: Conferencista invitado

Nombre de la institución promotora: FADECCOS / Universidad Nacional de Córdoba

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: COMUNICACIÓN FORMACIÓN CAMPO LABORAL

#### **InterCAMBIO: las elecciones 2019 bajo la lupa (2019)**

Encuentro

CONFERENCIA "Agendas en disputa"

Argentina

Tipo de participación: Conferencista invitado

Nombre de la institución promotora: Universidad Argentina de la Empresa

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: AGENDAS ELECCIONES COMUNICACIÓN POLÍTICA

#### **IX Seminario temático Globo - Intercom "Comunicación y Ciudad Espectáculo" (2015)**

Congreso

Disertación: La relevancia noticiosa y el hueco informativo en los estudios de Agenda Setting. Un estudio de caso sobre la importancia de las noticias en la prensa gráfica argentina.

Brasil

Tipo de participación: Conferencista invitado

Nombre de la institución promotora: Globo Universidade

Alcance geográfico: Internacional Palabras Clave: RELEVANCIA AGENDA MEDIOS

#### **JURADO/INTEGRANTE DE COMISIONES EVALUADORAS DE TRABAJOS ACADÉMICOS**

##### **El tratamiento informativo de campaña en la prensa de referencia argentina. Los encuadres noticiosos en la campaña electoral a gobernador de la Provincia de Buenos Aires de 2019 en Clarín y La Nación (2023)**

Candidato: Agustina Carla Lassi

Tipo Jurado: Tesis de Maestría

Zunino, E.

Maestría en Periodismo / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Facultad de Ciencias Sociales, UBA / Argentina

País: Argentina

Idioma: Español

Palabras Clave: ELECCIONES MEDIOS CLARÍN LA NACIÓN FRAMING

##### **ENCUADRES NOTICIOSOS EN EL DIARIO REGIONAL EL AUSTRAL DE TEMUCO Y EL DIARIO NACIONAL LA TERCERA. SOBRE EVENTO CRÍTICO ACERCA DEL FENÓMENO DE LA INMIGRACIÓN EN CHILE. UN ANÁLISIS DE CONTENIDO EXPLORATORIO DESDE LA TEORÍA DEL FRAMING (2022)**

Candidato: Ruth Rodríguez Sánchez

Tipo Jurado: Tesis de Maestría

Zunino, E., Rubén Sánchez, Carlos del Valle

Magister en Ciencias de la Comunicación / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad de la Frontera / Chile

País: Chile

Idioma: Español

Palabras Clave: ENCUADRES INMIGRACIÓN CHILE

##### **Televisión y proximidad: Vínculos de las audiencias locales de la Región de Coquimbo y sus medios de televisión de proximidad en el contexto de implementación de la Televisión Digital en Chile (2022)**

Candidato: Carolina Rodríguez Malebrán  
Tipo Jurado: Tesis de Doctorado  
Zunino, E. , Soledad Segura , Bettina Martino  
Doctorado en Ciencias Sociales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Cuyo / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: TELEVISIÓN PROXIMIDAD COMUNICACIÓN COMUNITARIA CHILE

**Nada para los nadies. La construcción discursiva en la prensa gráfica del acampe por vivienda en Junín, 2019 (2022)**

Candidato: Gómez Balsells, Estefnía  
Tipo Jurado: Tesis de Maestría  
Zunino, E. , Sara Pérez , Sofía Bernat  
Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Quilmes / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: MEDIOS SOCIEDAD CONFLICTO

**Procesos de estigmatización, discriminación y fronteras: interacciones en la frontera argentino-boliviana. el caso de Villazón, La Quiaca, San Salvador de Jujuy y San Pedro de Jujuy (2021)**

Candidato: Marcelo Fernando Sadir  
Tipo Jurado: Tesis de Doctorado  
Zunino, E.  
Doctorado en Ciencias Sociales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de General Sarmiento / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español

**El encuadre del femicidio: una articulación teórico-metodológica para comprender los tratamientos noticiosos con enfoque de género (2021)**

Candidato: Paola Ingrassia  
Tipo Jurado: Tesis de Maestría  
Zunino, E.  
Maestría en Metodología en Investigación en Ciencias Sociales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de San Juan / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: ENCUADRES FEMICIDIO GÉNERO METODOLOGÍA

**EL ROSTRO DEL CIUDADANO 2.0: LAS FICCIONES DE LA CONVERSACIÓN Y LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN MEDIOS SOCIALES, A PARTIR DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA TIPOLOGÍA DE USUARIOS DE TWITTER EN LA CUENTA DE RAFAEL CORREA, EX PRESIDENTE DE ECUADOR (2020)**

Candidato: Natalia Angulo Moncayo  
Tipo Jurado: Tesis de Doctorado  
Zunino, E.  
Doctorado en Ciencias Sociales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Cuyo / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: REDES TWITTER CORREA ECUADOR

**"La gestión del patrimonio audiovisual universitario en entornos virtuales luego de la implementación del programa polos audiovisuales tecnológicos (2010 - 2017) en la Universidad Nacional de Jujuy (2020)**

Candidato: Melisa Iglesias  
Tipo Jurado: Tesis de Doctorado  
Zunino, E.  
Doctorado en Ciencias Sociales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Jujuy / Argentina  
País: Argentina

Idioma: Español  
Palabras Clave: PATRIMONIO AUDIOVISUAL JUJUY

**El nuevo periodista: perfil profesional, rutinas productivas y narrativa transmedia en sitios de noticias de la Patagonia Norte (2020)**

Candidato: MARÍA TERESA BERNARDI  
Tipo Jurado: Tesis de Doctorado  
Zunino, E.  
Doctorado en Comunicación / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Córdoba / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: PERIODISMO RUTINAS NARRATIVAS TRANSMEDIA

**Guerra de cuarta generación. Los medios de comunicación en la lucha por el control del ámbito simbólico. Ofensiva norteamericana en Irak y Siria 2014 (2019)**

Candidato: SABRINA CEREDA  
Tipo Jurado: Pregrado  
Zunino, E.  
Licenciatura en Comunicación Social / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Cuyo / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: GUERRAS COMUNICACIÓN CUARTA GENERACIÓN

**El gobierno de los públicos: información, opinión y comunicación en las articulaciones y resistencias de la gubernamentalidad neoliberal en Argentina (2018)**

Candidato: Emiliano Venier  
Tipo Jurado: Tesis de Doctorado  
Zunino, E.  
Doctorado en Ciencias Sociales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Jujuy / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: INFORMACIÓN OPINIÓN COMUNICACIÓN PÚBLICOS

**Del autor al lector. Un recorrido por el modelo de negocio de la Feria del Libro de Buenos Aires a través de sus cuarenta años de historia (2017)**

Candidato: Laura Verónica Díaz  
Tipo Jurado: Tesis de Maestría  
Zunino, E.  
Maestría en Industrias Culturales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Quilmes / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: INDUSTRIA EDITORIAL CULTURA LIBROS

**LA TELEVISIÓN PÚBLICA ES EL CANAL QUE NUNCA SE VE. Estudio de las políticas de comunicación para Canal 7 de Argentina y TV Brasil (2003-2011) (2016)**

Candidato: Cecilia Labate  
Tipo Jurado: Tesis de Maestría  
Zunino, E.  
Maestría en Industrias Culturales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Quilmes / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: MEDIOS PÚBLICOS POLÍTICAS COMUNICACIÓN REGULACIÓN

**Democracia, ciudadanía y periodismo (2015)**

Candidato: Libera Guzzi  
Tipo Jurado: Tesis de Maestría  
Zunino, E.  
Maestría en Comunicación y Cultura / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución

Extranjera / Universidad Nacional de Córdoba / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: COMUNICACIÓN CULTURA PERIODISMO

#### **Antagonismos en 6,7,8: el 7D y el 8N (2015)**

Candidato: Daniela Olivares  
Tipo Jurado: Tesis de Maestría  
Zunino, E.  
Maestría en Comunicación y Cultura / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad Nacional de Córdoba / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: POLARIZACIÓN POLÍTICA TV ARGENTINA

#### **Debilidades y fortalezas de la estrategia comunicacional de una política pública conocida como programa provincial de alimentos, (ProAlimentos), en uno de sus ejes el ?Plan Bovino Carne?, durante el periodo Enero a Diciembre de 2011 (2015)**

Candidato: Catalina Andrea Centurión  
Tipo Jurado: Tesis de Maestría  
Zunino, E.  
Maestría en Políticas Sociales / Sector Extranjero/Internacional/Otros / Institución Extranjera / Universidad de Nacional de Misiones / Argentina  
País: Argentina  
Idioma: Español  
Palabras Clave: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL POLÍTICA PÚBLICA

### **CONSTRUCCIÓN INSTITUCIONAL**

He sido Vicepresidente de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación en el marco de la cual organicé congresos nacionales e internacionales (2014, 2020). También fui Director de Cono Sur de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, en el marco de la cual fui organizador del Congreso internacional 2021. Fui organizador del Congreso Internacional 2022 de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación.  
A lo largo de mi carrera he transitado instituciones públicas y privadas de diferentes países entre las que he desarrollado vínculos académicos refrendados en convenios e iniciativas conjuntas.

### **Indicadores de producción**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>24</b>
<b>Proyectos Investigación Desarrollo</b>	17
<b>Docencia</b>	7
<b>PRODUCCIÓN BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>116</b>
<b>Artículos publicados en revistas científicas</b>	36
Completo	34
Reseña	2
<b>Artículos aceptados para publicación en revistas científicas</b>	1
Completo	1
<b>Trabajos en eventos</b>	39
<b>Libros y Capítulos</b>	12
Libro publicado	2
Capítulos de libro publicado	10
<b>Textos en periódicos</b>	28

Periodicos	27
Revistas	1
<b>PRODUCCIÓN TÉCNICA</b>	<b>9</b>
<b>Trabajos técnicos</b>	5
<b>Otros tipos</b>	4
<b>EVALUACIONES</b>	<b>72</b>
<b>Evaluación de proyectos</b>	6
<b>Evaluación de publicaciones</b>	64
<b>Evaluación de convocatorias concursables</b>	2
<b>FORMACIÓN RRHH</b>	<b>15</b>
<b>Tutorías/Orientaciones/Supervisiones concluidas</b>	12
Tesis de maestria	3
Tesis/Monografía de grado	9
<b>Tutorías/Orientaciones/Supervisiones en marcha</b>	3
Tesis de doctorado	3