

Tipo de documento: Tesis de maestría

Maestría en Ciencia Política

El rol de los medios en el surgimiento de identidades anti-populistas: el caso del diario La Nación

Autoría: Mistretta, María Emilia

Año de defensa de la tesis: 2023

¿Cómo citar este trabajo?

Mistretta, M. (2023) "El rol de los medios en el surgimiento de identidades anti-populistas: el caso del diario La Nación" [Tesis de maestría. Universidad Torcuato Di Tella]. Repositorio Digital Universidad Torcuato Di Tella <https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/11970>

El presente documento se encuentra alojado en el Repositorio Digital de la Universidad Torcuato Di Tella bajo una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial -Compartir Igual 2.5 Argentina (CC BY-NC-SA 2.5 AR)

Dirección: <https://repositorio.utdt.edu>



Departamento de Ciencia Política y Estudios Internacionales

Tesis de Maestría en Ciencia Política

**El rol de los medios en el surgimiento de identidades anti-populistas:
el caso del diario *La Nación***

Alumno: Mistretta, María Emilia

Tutor: Kitzberger, Philip

Buenos Aires, Marzo 2023

Índice.

Introducción.	3
Capítulo 1.	7
Capítulo 2.	14
Capítulo 3.	22
Conclusión.	44
Bibliografía.	48
Anexo metodológico.	50

Introducción.

La emergencia de un clivaje populismo-antipopulismo y el surgimiento de una retórica antipopulista en la prensa tradicional argentina constituyen el foco de atención de esta tesis. Luego de la ola de gobiernos considerados populistas o de izquierda de los 2000 en América Latina, los medios de comunicación tradicionales han adquirido un rol más activo y autónomo de las élites políticas, basado en interpelar una tradición “antipopulista” incidiendo en el fenómeno de una polarización que se estructurará progresivamente en torno al eje populismo anti-populismo. Lo que nos preguntaremos a lo largo de este trabajo es cómo actúan los medios en este contexto de polarización populismo-antipopulismo y cuál es su rol eventual en la formación de identidades antagónicas basadas en ese eje: ¿Cuál es el rol de los medios de comunicación en el surgimiento de discursos e identidades antipopulistas? ¿Tienen un rol independiente en la formación de este antipopulismo? ¿Cuáles son sus vínculos con las élites político-partidarias que conforman la oposición a los gobiernos populistas? ¿Cómo afecta su actuación a las dinámicas de polarización política? La presente tesis pretende aportar a estos interrogantes a través de un análisis del caso argentino mediante un análisis de la evolución de los usos y significados del término populismo a lo largo del tiempo en el contenido del tradicional diario *La Nación* desde 1996 a 2019. Dicho de otra manera, se estudiará cómo ha evolucionado la narrativa antipopulista en las páginas del periódico por medio de un análisis de los *frames* o encuadres construidos por el diario en torno a la figura del populismo o el agente político catalogado como tal. La presunción principal o hipótesis es que los medios de comunicación como el mencionado parecen tener un rol relevante en esta identidad política de rechazo al populismo. A lo largo de este trabajo se analizará cómo varían los usos de los términos “populismo” y “populista” y a qué se asocia esta variación.

En los últimos años el populismo se ha convertido en un concepto ampliamente utilizado no sólo en la academia sino también en los medios de comunicación. En general, el término casi nunca es una identidad adoptada por algún proyecto político, sino que se ha utilizado como una descripción y una acusación contra una manera específica de imaginar la relación entre política y sociedad (Seman, 2021). Sin embargo, pese a constituir una contracara de la ola de gobiernos populistas de los años 2000, no existen muchos estudios sobre el antipopulismo. Asimismo, no existen muchos estudios que analicen esta incorporación y la prevalencia de la retórica antipopulista en los medios de comunicación. Los existentes son investigaciones de países del Norte, no de América Latina. La importancia de profundizar los análisis sobre este tema radica principalmente en observar cómo los

medios usan el término, a qué o a quiénes se aplica y cuáles son las consecuencias de dicho uso, como por ejemplo, si el mismo puede fomentar la retórica antipopulista (Hatakka y Herkman, 2022).

La tesis se centra en Argentina, principalmente porque es un caso donde los diferentes medios de comunicación exponen opiniones contrapuestas, generando orientaciones muy marcadas entre ellos y a nivel político (Becerra y Mastrini, 2016) y porque, por su desarrollo político, el país se acerca a un tipo ideal de ese paralelismo político polarizado organizado en torno a la división política populista y anti-populista señalada anteriormente (Kitzberger, 2022). Desde el año 2003, el país ha experimentado cambios en el sistema de medios, fundamentalmente en los actores que participan en ellos, la relación con el poder político, sus regulaciones y su rol como comunicadores. En 2008, durante la primera presidencia de Cristina Fernández de Kirchner (2008-2015), ocurre uno de los principales hitos de quiebre entre el gobierno y el conglomerado de medios conocido como Grupo Clarín, debido al conflicto agropecuario por las retenciones a las exportaciones de soja, maíz y trigo, que genera la ruptura de relaciones entre ambos y da inicio a una larga época de enfrentamiento mediático (Becerra y Mastrini, 2016). Las confrontaciones ocurridas a partir de 2008 y hasta el año 2015 influyen en las actitudes posteriores de las élites de los medios involucrados en los conflictos: la polarización se puede detectar en el contenido de los medios, principalmente en el uso del término populismo como connotación negativa y como concepto clave para nombrar y enmarcar a ciertos gobiernos o políticos. Asimismo, en términos de Seman (2021) todo lo ocurrido en ese tiempo “puede ser visto, desde hoy, como la preparación del antipopulismo moderno en su última y triunfal reencarnación” (Seman, 2021: 228).

El presente estudio es descriptivo y la metodología utilizada para el trabajo empírico es el análisis de contenido, “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990: 28). Dicho de otra manera, el contenido analizado se transforma en datos numéricos con los que es posible trabajar estadísticamente y extraer conclusiones (Igartua Perosanz, 2006). El análisis de contenido se lleva a cabo sobre una muestra representativa de 900 artículos online de *La Nación*, obtenida de una base de datos original que recopila todos los artículos online del diario que contienen la palabra “populista” o “populismo” desde 1996 a 2019. Para analizar las diferentes formas de encuadrar y definir al populismo utilizadas por *La Nación*, construimos de forma inductiva categorías de *frames*, que hacen referencia al marco de significados asociados al fenómeno en el período 1996-2019 y constituyen la variable dependiente principal de esta tesis. También, se analizará, por

un lado, quiénes son los que utilizan dichos *frames* y qué rol profesional ocupan estos portadores de la postura antipopulista y, por otro, quiénes son los catalogados como populistas en la narrativa del diario.

Para adelantar los principales resultados, este trabajo encuentra que *La Nación* es un medio donde la narrativa anti-populista se manifiesta con claridad: la construcción de imagen sobre el fenómeno (o el agente político catalogado como tal) es preponderantemente negativa y se asocia a distintos *frames* o encuadres a lo largo del tiempo. Tanto sus artículos como editoriales y columnas de opinión constituyen un espacio relevante de expresión anti-populista, desplegando opiniones moralmente degradadas tanto del fenómeno en sí como de los gobernantes populistas: las narrativas periodísticas establecen puntos de vista sobre el supuesto autoritarismo de los gobiernos catalogados como populistas, la demagogia económica, la manipulación de las masas, la libertad de prensa, entre otros. El aumento de esta narrativa sobre el fenómeno crece especialmente a partir de los años 2000 en América Latina (y en Argentina particularmente), debido al “giro a la izquierda” en la región. Por fuera de América Latina, el uso del término populismo o populista por parte de *La Nación* crece a partir de la mitad de la segunda década siglo XXI, principalmente a partir del Brexit, de la llegada de Trump al poder y del surgimiento en Estados Unidos y Europa del denominado “populismo xenófobo”, con tendencias anticosmopolitas y antiliberales.

Otro de los hallazgos principales es que el frame económico es el más utilizado por *La Nación* para definir al populismo y constituye la narrativa más antigua: está presente desde el inicio de la base, en 1996, y el único que es transversal en el tiempo. Las voces del diario que más hablan bajo este frame son los columnistas del staff permanente, como Mariano Grondona, Joaquín Morales Solá, Jorge Fernández Díaz y Carlos Pagni. Con respecto a los *frames* políticos, el más destacado es el que percibe al populismo como una amenaza para la Democracia liberal, incluyendo sus subtipos, donde los más predominantes son los que lo catalogan como autoritario y como contrario a la libertad de prensa. El segundo frame político más destacado es el que vincula al fenómeno con la manipulación de las masas, el “dar pescado en vez de enseñar a pescar” y la demagogia. Al igual que con el económico, los hablantes sobre populismo que más aplican alguno de los frames políticos en sus narrativas son los periodistas del staff permanente del diario.

Con respecto a quiénes son catalogados como populistas, en términos generales tiende a etiquetar como tales a figuras muy diversas entre sí: desde Hugo Chávez, Cristina Kirchner y Evo Morales hasta Trump y Bolsonaro. Al igual que pasa con la literatura sobre populismo,

La Nación también usa el término para denotar a una amplia gama de actores, que muchas veces no se vinculan entre sí.

En cuanto a las cartas de lectores, surgen en la codificación en 1998 y a partir de ahí se mantienen estables a lo largo de los años, pero en una cantidad reducida. Su pico de crecimiento más alto se produce entre 2014 y 2017, durante los últimos años del segundo mandato de Cristina Kirchner y los primeros de Macri. A diferencia de los artículos, columnas de opinión y editoriales de *La Nación*, los *frames* que más utilizan los lectores del diario son los políticos, donde el más destacado es el populismo como manipulación, y en un segundo lugar el económico. Además, las personas que las envían catalogan como populista o populismo principalmente al Kirchnerismo, al Peronismo y a las “políticas públicas populistas”, sin especificar cuáles.

La tesis se estructura de la siguiente manera: el primer capítulo recopila los aspectos teóricos más relevantes sobre los que se basa este trabajo, principalmente la literatura más importante sobre polarización, populismo y anti-populismo y cuál ha sido el rol de los medios en esta forma de política polarizada basada en el eje populismo-antipopulismo. El segundo capítulo introduce a los actores más importantes de esta tesis y los ubica en perspectiva histórica, principalmente al diario La Nación. El tercer capítulo explica en profundidad todo el trabajo empírico realizado y los resultados más trascendentales del análisis de contenido. Por último, en la conclusión se sintetizan los principales hallazgos.

Capítulo 1.

A la hora de analizar cómo el populismo es un constructor de identidades políticas y de qué manera los medios adquieren un rol relevante en la identidad política de rechazo al populismo, es necesario considerar previamente algunos aspectos conceptuales sobre el fenómeno. En primer lugar, si bien el término “populismo” es una de las principales palabras políticas de moda del siglo XXI, no existe una definición unánime sobre el mismo, ya que es utilizado por especialistas y no especialistas casi sin ningún límite conceptual y equiparado con fenómenos muy diversos. Esta falta de consenso a la hora de definir el populismo hace que sea difícil establecer límites en torno a lo que se considera y no populista, porque el término se utiliza para definir a una amplia gama de actores o fenómenos donde muchas veces es difícil encontrar una lógica. Por ejemplo: para algunos se usa para denotar un estilo de liderazgo, otros lo consideran una ideología, o se aplica para fenómenos muy distintos como el populismo de izquierda latinoamericano, el maoísmo y el nazismo (Bale, Van Kessel y Taggart, 2011). Esto ocurre a nivel mundial, no es propio de una sola región o país: en Europa suele atribuirse a la xenofobia y movimientos anti-inmigratorios, mientras que en América Latina hace referencia a políticas económicas vinculadas al gasto público y al clientelismo (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017; Casullo, 2019).

Una definición clásica de populismo es la de Mudde y Rovira Kaltwasser (2017), quienes afirman que es “una ideología *thin-centered* que considera que la sociedad se divide en dos campos homogéneos y antagónicos: "el pueblo puro" y "la élite corrupta", y que sostiene que la política debe ser una expresión de la voluntad general del pueblo” (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017:6). A pesar de la falta de acuerdo académico sobre los atributos que definen al populismo, todas sus formas incluyen algún tipo de alusión al “pueblo” y una denostación a "la elite”, por lo que el fenómeno siempre va de la mano de una crítica al establishment y una exaltación de la “gente común” (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017). Otras definiciones se centran en la figura del líder, el cual siempre es catalogado como carismático, fuerte, personalista, anti-establishment, que se percibe a sí mismo “como un redentor del pueblo que, con coraje y abandono de sí, acude a su rescate” (Casullo, 2019:71) y su objetivo es incluir a sus seguidores dentro de un espacio político del cual están excluidos. América Latina ha cosechado este tipo de líderes personalistas y carismáticos como Juan Domingo Perón y Hugo Chávez, que formaron movimientos que llevan su nombre, como Peronismo o Chavismo.

El populismo no puede analizarse sin considerar su cara opuesta: el antipopulismo. Algunos enfoques lo describen como simplemente lo opuesto al populismo: se trata como una categoría binaria en donde se "es" o "no es" populista y donde el antipopulismo es visto como la contraparte ideológica y "elitista" que critica las prácticas del líder popular sobre el "pueblo" (Moffit, 2018). Sin embargo, otras visiones dentro de la Academia sostienen que esto es muy reduccionista, ya que el antipopulismo es muy amplio y no alcanza con manifestar que es sólo un fenómeno opuesto. Por ejemplo: corrientes como el liberalismo y el pluralismo o valores como la diversidad y la responsabilidad individual son muchas veces presentados como antipopulistas, pero implican definiciones, preferencias y manifestaciones políticas mucho más amplias que sólo su oposición al populismo (Moffit, 2018). Además, muchas veces los propios académicos que analizan el populismo se transforman en antipopulistas ya que, tanto de forma explícita como involuntaria, manifiestan sus temores sobre las supuestas consecuencias negativas del populismo sobre la Democracia.

En un estudio sobre este fenómeno en Argentina, Seman (2021) argumenta que el antipopulismo ve al populismo como "una forma defectuosa de integración de las masas a la política moderna" (Seman, 2021:10). Es un obstáculo al progreso de un país, una amenaza contra un proyecto de nación. La respuesta para lidiar con esto es variada en el tiempo, por lo que no existe un sólo antipopulismo sino varios antipopulismos: liberales convencidos de que la liberalización de las relaciones económicas es la clave del progreso, demócratas preocupados por la amenaza a las instituciones, nacionalistas reclamando por la unión entre Iglesia y nación, entre otros. En Argentina, por ejemplo, a lo largo de la historia el antipopulismo ha sido una forma predilecta de desterrar la amenaza de la política de masas, liberalizar la economía y controlar la protesta social, con el fin de alcanzar el progreso y consolidar proyectos de nación exitosos (Seman, 2021). En 2015, Mauricio Macri es el primer representante de la elite argentina en ganar elecciones desde la llamada "década infame" bajo un discurso exclusivamente antipopulista que enmarca lo dicho anteriormente, principalmente la idea de "corregir" la política de masas y derribar los obstáculos ocasionados por el populismo que interceden entre la Argentina y el progreso.

Más allá de lo que esta grieta entre populismo y antipopulismo podría generar a nivel de construcción de identidades políticas antagónicas, ambos fenómenos están inmersos, en términos de Stavrakakis et. al (2019), en una especie de "coreografía política". La misma se repite constantemente y ocurre de la siguiente manera: el punto de partida es una crisis social y económica que genera un quiebre dentro de la sociedad. A partir de ese suceso, los populistas suelen culpar al "establishment" y, basándose en eso, organizan una plataforma "en

nombre del pueblo" para defender a las víctimas de la crisis, lo que a su vez genera una reacción anti-populista, que también se agrupa en otra plataforma totalmente opuesta (Stavrakakis et. al 2019). En términos de Moffit (2018), ambos representan visiones totalmente diferentes e incompatibles sobre cómo debería funcionar la Democracia: por un lado, el populismo enarbola un discurso sobre quitar el poder a la élite y devolverlo al pueblo y defiende un modelo democrático popular donde deben defenderse los intereses de este último. Por el contrario, el modelo que embandera el antipopulismo es generalmente liberal y cataloga su opositor como una alteración de la política democrática que se produce debido al deterioro social. Ambos bandos se ven a sí mismos los verdaderos defensores de la Democracia, generando una frontera discursiva entre lo que está bien y lo que está mal y donde cada uno se acusa mutuamente de ser lo segundo. Esto se vincula directamente al uso de un discurso donde se demoniza al otro, catalogándolo como el "enemigo" (Stravrakakis et. al 2019, Moffit 2018).

Las críticas hacia ambos también se vinculan a que, por un lado, los antipopulistas son contrarios al personalismo de los líderes populistas y los asocian a connotaciones negativas como corrupción, demagogia, manipulación de las masas e irresponsabilidad. Por el contrario, el populismo señala a los primeros de pretender capturar las instituciones democráticas en favor de los intereses de la élite y contrarios a los del pueblo, acusándolos de corporativistas, deshonestidad y "odio" a la "gente común" (Stravrakakis et. al 2019, Moffit 2018). Esas tensiones entre ambas corrientes no favorecen a la Democracia, sino que incrementan el antagonismo, generando una grieta impenetrable entre uno y otro bando, sin la posibilidad de tener una posición neutral o en el centro. Básicamente, o se está a favor de la élite o se está con el pueblo; o se está del lado del "bien" o se está del lado del "mal".

Como se dijo anteriormente, la división entre populismo y antipopulismo opera no sólo en una dimensión discursiva sino también sociocultural. En este sentido, en términos de Ostiguy (2009), existe una distinción política entre lo alto o bajo o high/low. Este eje distingue las divisiones políticas de un país y las formas de actuar en política, donde el populismo es el representante y movilizador de "lo bajo", mientras que "lo alto" caracteriza al antipopulismo. Socioculturalmente, el populismo bajo se caracteriza por una forma de liderazgo personalista y carismático, con un lenguaje cargado de jerga, tosquedad y expresiones populares. Por el contrario, lo alto se basa en modelos de autoridad impersonales y legalistas, con formas de actuar consideradas educadas y formales, tanto en modales como procedimientos (Ostiguy, 2009).

Luego de considerar esas características del populismo y antipopulismo, también es importante revisar distintos conceptos que convergen entre sí y que son importantes para contextualizar en vista del problema del anti-populismo como constructor de identidades negativas. Esas identidades negativas estarían en auge y se vinculan directamente a los procesos de polarización que están ocurriendo en el mundo. La “polarización” o “polarización afectiva” es entendida como un alineamiento extremo de posiciones contrapuestas según una determinada identificación ideológica o partidaria (Schuliaquer y Vommaro, 2020) y se manifiesta cuando la postura de un grupo social implica una connotación negativa o rechazo activo hacia otro, catalogado como “enemigo” o con “malas intenciones” (Lozada, 2004). El populismo y el antipopulismo se relacionan directamente con este concepto, principalmente porque en la construcción de identidades tienden a ser cada vez más extremistas, lo cual genera que quienes son partidarios de uno u otro sólo sientan aversión hacia el opositor y que el lema implícito sea “el otro es el enemigo” (Lozada, 2004: 197). Esto impacta en el debate público y contribuye a producir visiones sesgadas y estereotipadas de ciertos grupos (Schuliaquer y Vommaro, 2020).

Teniendo en cuenta esto, es importante observar cómo actúan los medios en este contexto de polarización y cuál es su rol eventual en la formación de identidades negativas, es decir, si son actores que reflejan esa construcción de las mismas o si, por el contrario, tienen un rol independiente. Por un lado, puede decirse que los medios de comunicación favorecerían la llamada brecha de legitimidad, la cual, en términos de Yphtach Lelkes (2016), está presente en un sistema político polarizado, provocando reacciones de indignación, miedo e ira mediante el uso de generalizaciones excesivas, información engañosa o inexacta y estableciendo *frameworks* negativos sobre “el otro” (Lelkes, 2016). Esos medios de comunicación sesgados contribuirían a la construcción de identidades negativas y a la polarización afectiva al punto de hasta no percibir a los que están en el poder como ganadores legítimos y afectando al sistema democrático. Por otro lado, el grado en el que el contenido de los medios de comunicación refleja orientaciones políticas variadas y diferentes se conoce como paralelismo político: es una dimensión de los sistemas de medios que hace referencia a las formas en las que los mismos reflejan los clivajes del sistema político y que se manifiesta en las afiliaciones políticas de las instituciones mediáticas, las orientaciones de los periodistas de las mismas y sus propietarios y el contenido que priorizan en esos medios de comunicación (Hallin y Mancini, 2004).

Si bien las investigaciones sobre medios, polarización política y paralelismo político son recientes en el mundo académico, en América Latina y particularmente en Argentina,

existe un terreno muy fértil para analizar estas cuestiones (Vommaro y Schuliaquer, 2020). Con la emergencia de gobiernos de izquierda o catalogados como populistas en los 2000 el papel de los medios es tema de debate y ya se los ubica como su principal oposición política (Vommaro y Schuliaquer, 2020). Es durante ese período donde el ámbito de los medios de comunicación se convierte en un escenario de lucha política y "guerras mediáticas", transformándose en momentos disruptivos y generando consecuencias para la Democracia (Kitzberger, 2016). La década de los 90 muestra grandes cambios en los sistemas políticos y su relación con la prensa, tanto en Latinoamérica como en el mundo, principalmente por la secularización política de los medios y el aumento de un ethos profesional del periodismo: se produce un proceso de homogeneización en donde los hechos políticos son narrados por el periodismo desde un discurso autónomo cuyo objetivo es representar o reflejar a la opinión pública y que deriva en un distanciamiento entre prensa y gobierno (Kitzberger, 2009).

Como se mencionó anteriormente, en buena parte de Latinoamérica surgen gobiernos identificados con prácticas populistas, lo cual impacta directamente en la relación con los medios de comunicación. Gobiernos como los de Hugo Chávez, Evo Morales, Néstor y Cristina Kirchner, Tabaré Vázquez, Lula da Silva, Ricardo Lagos o Rafael Correa cuentan con episodios de enfrentamiento público con la prensa (Kitzberger, 2009). Bolivia y Venezuela constituyen los dos ejemplos significativos de catalogación de la prensa en un rol opositor, principalmente porque ambos líderes utilizaron apelaciones populistas para movilizar a mayorías que estaban excluidas del sistema político. En el caso de Bolivia, desde que Evo Morales arriba a la presidencia acusa a medios opositores de funcionar como "instrumentos de intereses poderosos y minoritarios" (Kitzberger, 2009: 160), cuestionando la práctica profesional de la prensa y señalando que es permeable a los intereses políticos de los propietarios de dichos medios. En el caso venezolano, la principal acusación de Chávez a los medios es la señalización como enemigos del pueblo y del proyecto bolivariano. Debido a la creciente polarización, los medios privados pasan ser los aglutinadores de las voces opositoras y, desde la crisis del 2002, la relación se tensiona aún más, de la mano de la radicalización del proceso político venezolano y de la decisión de Chávez de ampliar los espacios para los medios públicos, con una programación dedicada a responder y confrontar las coberturas de los privados.

Argentina y Brasil también son casos interesantes que ejemplifican el rol de los medios en procesos de formación de identidades y movilización. En ambos casos es una crisis política lo que genera la ruptura con los medios: mientras que en el primero es por el conflicto agrario, en el segundo es por un escándalo de corrupción (Kitzberger, 2016). La

cobertura de estos episodios por los medios de comunicación *Globo* y *Clarín* marca un hito en la relación y es interpretada por el gobierno como una señal de activismo político por parte de las élites de esos medios. En el caso argentino, el quiebre definitivo se produce durante la presidencia de Cristina Fernández, durante el conflicto agrario que inicia en marzo 2008 y finaliza en junio del mismo año. Luego de que el gobierno apruebe una resolución que ajusta los impuestos de las exportaciones de productos agrícolas a los cambios del mercado a nivel mundial, los sectores del agro del país comienza una serie de paros y barricadas que atraviesan el país (Kitzberger, 2016). En la cobertura del conflicto por parte de *Clarín* prevalece un discurso basado en estereotipos de clase, de raza, de ciudadanos blancos, productivos y honestos que se opone a la maquinaria clientelar. Para contrarrestar esta imagen, el gobierno kirchnerista recurre al discurso populista clásico de división entre pueblo y élite, señalando a los protestantes como miembros de la oligarquía argentina (Kitzberger, 2016). Sin embargo, más allá de esto, el conflicto escala aún más en el tiempo y la oposición crece tanto que culmina con la pérdida por parte del gobierno de la votación en el Senado sobre la resolución de los impuestos a las exportaciones por parte del gobierno.

Con respecto al caso de Brasil, desde junio de 2005 a las elecciones del 2006, ocurren una serie de escándalos de corrupción que salpican al gobierno de Lula (Kitzberger, 2016). Con esto, *Globo* pasa a constituirse como uno de los medios más hostiles hacia la gestión del presidente, convirtiendo a la corrupción en tema casi exclusivo.

Teniendo en cuenta estos casos, puede afirmarse que, más allá de las causas de cada uno, los gobiernos de izquierda en América Latina han identificado a la prensa en un papel opositor y desarrollan construcciones discursivas, tanto públicas como privadas, sobre los medios en clave política e ideológica, desafiando a la prensa en el control y la relación con la opinión pública (Kitzberger, 2009). Sostienen que los sistemas de medios dominados por élites poderosas son contrarios a los intereses populares y, partiendo de esa base, se presentan como vulnerables frente a las corporaciones mediáticas y como “víctimas” de los sesgos informativos (Waisbord, 2015). Asimismo, muchos de estos gobiernos latinoamericanos recurren a mecanismos legislativos, judiciales y administrativos para refundar y reorganizar las estructuras y prácticas de los medios (Waisboard, 2012): por ejemplo, en Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009 durante la gestión de Cristina Kirchner, es uno de los ejemplos más emblemáticos de reorganización de los sistemas de medios. Con respecto a los medios, éstos comienzan a funcionar como actores estratégicos, con agendas corporativas e identidades partidarias propias que impactan directamente en el juego democrático (Kitzberger, 2016).

En este contexto de gobiernos populistas latinoamericanos, el lugar de los medios de comunicación y las guerras mediáticas, es clave resaltar que surge también una nueva forma de paralelismo político cuya principal característica es que se organiza en torno a la división populismo y anti-populismo. En esta nueva forma de paralelismo los medios de comunicación adquieren identidades partidarias antagónicas basadas en ese eje populismo y anti populismo (Kitzberger, 2022). Dichas identidades partidarias a favor y en contra del populismo profundizan aún más la polarización política y surge una narrativa periodística antipopulista que usa el término “populismo” como una manera de catalogar y despreciar a ciertos gobiernos o figuras políticas.

Esta forma de política polarizada basada en el eje populismo-antipopulismo impacta sobre el sistema de medios y adquiere diversos nombres según el país que se trate. Por ejemplo: anti-kirchnerismo, anti-evismo, anti-chavismo, entre otros (Kitzberger, 2022). Con su cobertura mediática, los medios de comunicación tradicionales asumen un rol más activo y autónomo de las élites políticas y movilizan la opinión antipopulista, lo que contribuye a aumentar aún más la polarización. En sus narrativas y espacios editoriales, predominan opiniones morales sobre los opositores populistas, señalados principalmente como contrarios a la libertad de prensa y autoritarios, lo que contribuye a que la legitimidad democrática de los mismos se vea perjudicada. Argentina es un ejemplo de esto: por su desarrollo político, el país se acerca a un tipo ideal de ese paralelismo político polarizado organizado en torno a la división política populista y anti-populista y es un caso donde los diferentes medios de comunicación y el periodismo en sí, exponen opiniones contrapuestas, generando orientaciones muy marcadas entre ellos (Kitzberger,2022)

Capítulo 2.

El principal objetivo de este capítulo es presentar los actores más relevantes de este trabajo de investigación y ubicarlos en perspectiva histórica. Principalmente, se caracterizará al diario *La Nación* en el marco de la prensa y la política argentina, la irrupción del Peronismo y su vínculo con este medio y con la prensa en general, el contexto de giro a la izquierda en América Latina y la llegada del kirchnerismo al poder, y, por último, la aparición de la coalición política Cambiemos.

La Nación es un actor institucional central en la historia de la prensa y la política argentina, ocupando un lugar destacado no sólo por su amplia circulación, sino por su histórica capacidad de influencia. Es fundado en 1870 por Bartolomé Mitre y, desde sus inicios, los artículos y fundamentalmente los editoriales constituyen “un verdadero tratado de pensamiento político” (Sidicaro, 1993: 8). A lo largo de toda su historia, el diario siempre conserva ciertas líneas de pensamiento, como por ejemplo: la tradición liberal y conservadora, la interpelación a los gobiernos, la defensa de las instituciones y la expresión de ciertos intereses y visiones de sectores sociales y económicos predominantes, que lo posiciona como un diario “de élite” (Sidicaro, 1993).

En 1870, Mitre creía que sólo un diario permite apelar directamente a la sociedad civil con ideas políticas y dicha fundación es un símbolo de época, con una importancia política y cultural muy alta (Becerra, 2010). Su objetivo es ubicar a *La Nación* dentro del modelo francés del periodismo de opinión, con un público de lectores amplio y ejerciendo el rol de una especie de tribunal imparcial sobre los acontecimientos políticos. En su primer editorial de enero de 1870, el diario se define a sí mismo como una “tribuna de doctrina”, cuya estrategia discursiva principal es brindar una mirada sobre las luchas políticas de la época pero desde un lugar político no partidista. En ese momento, la gran mayoría de sus lectores son miembros de la clase alta de la sociedad de Buenos Aires, identificados con las ideas políticas de Mitre (Sidicaro, 1993).

En las primeras décadas del siglo XX, los periódicos argentinos sufren una transición desde sus publicaciones partidistas de mediados del siglo XIX a una masiva industria periodística comercial (Cane, 2012). La prensa de este nuevo siglo está más caracterizada por un público de lectores en rápida expansión interesados en artículos y editoriales de “interés general”, y menos por militancia y disputas partidarias. Esta rápida expansión de la prensa modifica la naturaleza y el significado social del periodismo: surge una nueva relación entre los periódicos y el público, más mediada por el mercado y más autónoma de las facciones

políticas (Cane, 2012). La conversión de *La Nación* en un diario moderno, más enfocado al público en general y comercialmente orientado, se produce durante este siglo, en 1909. En ese año, Jorge y Luis Mitre, sus nuevos directores, se proponen lograr una mayor autonomía de la política partidista, intentando que *La Nación* deje de ser sólo un “órgano del mitrismo”, para extenderse a toda la clase política, la cual es cada vez más heterogénea (Cane, 2012). Desde 1909 hasta 1916, el diario comparte su visión política y social con los sectores más progresistas de la clase dirigente y su pensamiento político es optimista con respecto a que todos los problemas del país pueden resolverse de forma moderna y democrática (Sidicaro, 1993). Ya desde este período, adopta una posición crítica sobre el excesivo gasto público, el sobredimensionamiento del empleo estatal y la intervención del Estado en la economía, una postura que mantiene a lo largo de sus años: ya en los editoriales de esta etapa, se critica la presencia estatal en la economía, se pregona que se deben sancionar los sectores empresarios que no respeten la ley de la oferta y la demanda y se argumenta que el rol del Estado debe ser el de “respetar y hacer respetar la libertad de mercado” (Sidicaro, 1993: 36).

Con la irrupción del peronismo, *La Nación* tiene una relación cargada de vaivenes, desde cierta simpatía en un principio hasta rechazo manifiesto. Mientras el mandatario ocupa su puesto en la Secretaría de Trabajo y Previsión, el diario reproduce sus ideas sobre defensa y soberanía nacional y cree que son adecuados para la evolución del país. También, coincide con él en sus propuestas sobre cómo fomentar las industrias utilizadoras de materias primas nacionales y en qué actividades fabriles priorizar para el desarrollo económico (Sidicaro, 1993). Sin embargo, a comienzos de 1945, cuando ya se vislumbra una posible candidatura de Perón, el matutino reclama por candidatos que estén alejados del Estado y comienza a criticar sus posturas sobre la cuestión social del país y su prédica hacia los sectores populares. En la manifestación a favor de Perón del 17 de octubre de 1945, si bien el diario se expresa con tonos medidos y sin menospreciar a los participantes de la misma, no omite su descontento frente a la situación y expresa que perjudica la imagen de Argentina en el mundo (Sidicaro, 1993). Frente a las elecciones de 1946, *La Nación* adopta una postura militante y contraria al peronismo y, luego de su victoria electoral, expresa que no es un resultado unánime, que la oposición carece de garantías y que el nuevo gobierno debe tener en cuenta a la masa de ciudadanos disidente.

En marzo de 1947, en un acto en el Teatro Colón, Perón declara que su poder político está amenazado por una serie de enemigos. Uno de ellos es la prensa (Cane, 2012). En este sentido, durante su gobierno Perón logra construir un aparato mediático leal, invocando la idea de que sólo el Estado puede proteger a la sociedad de los sesgos de los medios y

mediante el uso de tácticas coercitivas para eliminar los periódicos opositores. Por las dificultades por la negación de cuotas de papel o publicidad oficial y el constante hostigamiento oficial y extraoficial, la mayoría de los periódicos de Buenos Aires, si bien no desaparecieron, se convirtieron en peronistas (Cane, 2012). Mediante su fuerte control de las acciones de los periódicos y la intervención estatal en la distribución de papel, Perón crea una industria periodística controlada y dependiente, que deja de lado su rol como medio para la expresión de la opinión pública.

En este contexto, la tarea de *La Nación* como diario opositor desde 1946 a 1955 no es sencilla, principalmente porque hablar en nombre de la opinión pública con una realidad opuesta a la del gobierno es riesgoso (Sidicaro, 1993). Sin embargo, las críticas a la intervención estatal en la economía, el desacuerdo con el supuesto autoritarismo de muchas decisiones del gobierno, la defensa de la libertad de expresión, el reclamo de mayor respeto por la Constitución son los principales aspectos donde *La Nación* se distancia del peronismo. Hasta 1951, *La Nación* y el diario *La Prensa* son los dos únicos medios opositores al peronismo. Sin embargo, a comparación de este último, *La Nación* tiene un tono menos agresivo, a pesar de que la línea de pensamiento es muy similar. Esta diferencia es la que genera que el gobierno sancione a uno y no a otro: las tensiones entre *La Prensa* y el peronismo escalan hasta llegar al cierre definitivo del periódico, ordenado por el gobierno, luego de que durante una manifestación se produzca la muerte de un periodista y catorce heridos. Dos semanas después, Perón entrega el recién expropiado diario a la Confederación General del Trabajo (CGT), núcleo del movimiento peronista (Cane, 2012).

Con la reelección de Perón y en un contexto que parece indicar una larga permanencia del peronismo, la estrategia de *La Nación* de oponerse públicamente cambia a una de coexistencia. Se produce una modificación del enfoque analítico del diario, más orientado a buscar signos optimistas y alentadores en las decisiones del gobierno (Sidicaro, 1993). Por ejemplo: el anuncio en 1952 de otorgar líneas de crédito a los productores rurales es recibido con buenos términos en los editoriales del diario. También, a la hora de hablar sobre la libertad de prensa, si bien las críticas no desaparecieron, las prácticas no se catalogan como totalitarias y los términos empleados son menos condenatorios. Según la interpretación de Sidicaro (1993), tanto *La Prensa* como *La Nación* son los dos grandes diarios con presencia importante en la esfera pública y política, pero, mientras uno termina expropiado, el otro logra subsistir.

El proyecto mediático peronista llega a su fin en 1955 con la llamada “Revolución Libertadora” y la llegada al poder del antiperonismo mediante un golpe de Estado. La misma

abre un debate tanto ideológico como político en la sociedad con todas las fuerzas políticas que conforman el antiperonismo y promueve una reforma del orden político a través de una reforma constitucional que excluye al peronismo como partido político (Spinelli, 2005). Para *La Nación*, la caída de Perón abre paso a una etapa llena de desafíos, principalmente porque percibe que ninguno de los actores políticos más cercanos a la ideología del diario tiene una estrategia para este nuevo período. Si bien las críticas al intervencionismo económico siguen siendo parte de sus principales reflexiones, en términos políticos no hay opiniones ni alternativas a seguir. En este sentido, lo que se instala en el pensamiento político de *La Nación* entre 1955 y 1958 es el desconcierto: “el pensamiento del matutino pasó, durante el gobierno de facto, lenta pero persistentemente del optimismo intelectual y político a la perplejidad” (Sidicaro, 1993:268). En los cuatro años posteriores, si bien muchos sectores antiperonistas comenzaron a construir visiones ideológicas que equiparaban al peronismo con el comunismo, *La Nación* adopta en este sentido una actitud moderada, haciendo básicamente hincapié en la necesidad de reducir y limitar la politización del sindicalismo (Sidicaro, 1993). Asimismo, una de sus inquietudes permanentes es el aumento de la influencia del Marxismo en las Universidades: en la segunda mitad de 1959, los editoriales del diario expresan preocupación por las acciones de partidos de ideas marxistas en el mundo universitario, ya que lo ve como una forma de promover entre los jóvenes propaganda antiimperialista y de extrema izquierda (Sidicaro, 1993). También, durante este período el medio es cauteloso a la hora de reflexionar sobre una mayor participación de los militares en política: sin ser antimilitarista, advierte que la politización de los mismos es un factor riesgoso para el futuro del país. En términos económicos, el diario mantiene la línea de pregonar la no intervención estatal en la economía y alienta el giro hacia el liberalismo. En 1983, Argentina inicia un prolongado ciclo de política electoral. Como en el resto de Latinoamérica, la democracia renace en el contexto de la crisis del desarrollo presidida por el Estado y de la crisis de deuda, que reduce las opciones de política dentro de la disciplina de mercado del denominado “Consenso de Washington” (Kitzberger, 2022). Las reformas de mercado y las dificultades que surgen luego de la crisis de la deuda modificaron las relaciones entre los medios y la política e impactaron negativamente en la credibilidad de las instituciones, aumentando la influencia de los medios frente al Estado (Waisbord 2000). Hablando particularmente de *La Nación*, hacia fines de la década de 1980 y principios de los 90, su contenido fundamentalmente se orienta a explicar por qué son importantes las instituciones democráticas, qué se debe hacer para preservarlas y cómo mantener el orden constitucional (Sidicaro, 1993).

En la década de 1990, comienza a ganar vigencia un nuevo tipo de periodismo: el periodismo de investigación (Waisbord, 2000). Los medios comienzan a informar sobre temas más delicados, como por ejemplo, denuncias a funcionarios gubernamentales. La publicación creciente de artículos de investigación no es un fenómeno exclusivo de Argentina, sino de toda la región latinoamericana y lo realizan incluso medios conservadores que históricamente no lo hacían, incluido *La Nación*. La década de los 90 también muestra cambios en la prensa debido al aumento de un ethos profesional del periodismo: se produce un proceso donde los hechos políticos son narrados por el periodismo desde una óptica autónoma, donde el objetivo es representar a la opinión pública (Kitzberger, 2009). Esto va de la mano de la consolidación de una tradición periodística basada en el modelo de prensa desarrollado en Estados Unidos a principios del siglo XX, que rechaza los principios del periodismo partidario y absorbe los de información objetiva, se autopercebe como independiente de las influencias del gobierno e incorpora incluso innovaciones de la prensa norteamericana como la organización de la sala de redacción, el diseño y el formato (Waisbord, 2000). *La Nación* es uno de los medios tradicionales que también incorpora esta tradición.

En términos generales, teniendo en cuenta todo lo explicado anteriormente, puede decirse que, a lo largo de su evolución, *La Nación* desarrolla un pensamiento político en el que se manifiestan sus propios intereses y la posición que ocupa dentro del sistema de medios, compitiendo con otros diarios para posicionarse como predominante y como principal influencia política del Estado (Sidicaro, 1993). Desde sus comienzos, es un actor político significativo, ubicado entre la sociedad y el Estado, que manifiesta sus ideas teniendo en cuenta su entramado de relaciones y sobre ellas construye su identidad y sus pensamientos. Siguiendo a Sidicaro, puede decirse que el logro más sistemático del diario es que “mira la política desde arriba” (Sidicaro, 1993: 521): se proclama públicamente como un órgano intelectual colectivo de la clase dominante que defiende los principios ideológicos liberales y observa la política “desde arriba”. Ese “arriba” también hace referencia a que se identifica con los grupos más prominentes de la sociedad, es decir, pretende “mirar desde arriba a los de arriba, explicarles sus errores y aconsejarlos” (Sidicaro, 1993: 522). Además, desde la interpretación del autor mencionado, desde siempre el gobierno es el interlocutor privilegiado del diario: a partir de su perspectiva lo interpela, adquiriendo el rol de una especie de tribunal que, en nombre de la Constitución, expresa lo que se debe hacer y lo que no y fundamenta su postura en la tradición y la ley suprema, a las que considera neutrales. Es importante resaltar también que, durante las últimas décadas, *La Nación* afianza aún más su

posición en el mercado, consolidándose como segundo en lectores. En 1995 lanza su edición digital, siendo la primera para un diario del país. A través de los años, logra mantener su prestigio e incluso ser reconocido a nivel mundial¹.

Con el agotamiento del Consenso de Washington, la crisis financiera de 1998-2002 y los problemas económicos aparejados, se produce una fuerte reacción contra las reformas neoliberales que generan que numerosos contrincantes políticos opuestos al neoliberalismo lleguen al poder, produciéndose el denominado “giro a la izquierda” (Kitzberger, 2022). El mismo se consolida aún más debido al auge mundial de las materias primas posterior al año 2002, lo que permite a los gobiernos llevar a cabo políticas redistributivas. Ese giro hacia la izquierda en los años 2000 es el hito que coloca definitivamente a los medios de comunicación en el centro de la escena política en América Latina y donde la cuestión mediática inicia un proceso de politización sin precedentes (Lodola y Kitzberger, 2017).

En este contexto y principalmente a raíz de la crisis del 2001 y el fin del consenso neoliberal, irrumpe otro actor clave a lo largo de este trabajo de investigación, que también encara un proyecto mediático y entabla relaciones tensas con los medios: el Kirchnerismo. De hecho, el activismo mediático gubernamental más álgido puede apreciarse durante la época kirchnerista: el conflicto entre el gobierno y los grandes medios escala a un alto nivel de politización, con el despliegue de discursos radicalmente críticos, el desarrollo de dispositivos mediáticos controlados por el gobierno y la sanción de legislación reformista (Lodola y Kitzberger, 2017, Kitzberger, 2022).

La relación entre el kirchnerismo y los grandes medios se divide en dos etapas: por un lado, la presidencia de Néstor Kirchner, la cual se caracteriza por una convivencia ambivalente entre ciertas confrontaciones discursivas y, a su vez, decisiones políticas que favorecen la posición de los conglomerados de medios. Por otro lado, la presidencia de Cristina Kirchner se caracteriza por una radicalización del discurso y las prácticas comunicacionales, y el despliegue de reformas del sistema mediático (Lodola y Kitzberger, 2017).

Kirchner asume la presidencia con el 22% de los votos, un Peronismo dividido y una sociedad con un fuerte descontento debido a la crisis del 2001. En ese contexto, el mandatario llega con la promesa de transformar el Peronismo y la política en sí. Para lograr esto, los grandes medios adquieren un rol central en la estrategia de refundación, principalmente porque el gobierno debe apelar a aquellos sectores medios urbanos no peronistas, quienes

¹ <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/la-nacion-cumple-145-anos-nid1757340/>

están fuertemente expuestos a la influencia de los medios en la construcción de sus opiniones políticas. Hablando particularmente de *La Nación*, Kirchner siempre mantuvo una relación tirante. Por ejemplo, ya desde antes de ser Presidente, se molesta con una nota de enero de 2003 titulada “El feudo austral”, donde el diario argumenta que mantiene un control hegemónico sobre Santa Cruz (Sivak, 2015). Meses más tarde, en la columna sobre su asunción a la presidencia, el periodista y por ese entonces también Secretario General de Redacción y subdirector, José Claudio Escribano, señala en un editorial que “La Argentina se ha dado gobierno por un año” (Sivak, 2015: 355). Esto genera que Kirchner elija al diario como su adversario ideológico, increpe a Escribano y evite a periodistas históricos del diario como Mariano Grondona. Durante todo el mandato continúa en este rol de opositor ideológico y una de las rispideces centrales se vincula a la oposición del diario al movimiento de derechos humanos encabezado por el gobierno (Sivak, 2015). La tirantez recae en que la postura de *La Nación* sobre cuál es la manera más conveniente de tratar los hechos de la Dictadura se basa en una idea de “reconciliación nacional”: proclama la superación del pasado a través de una supuesta visión “imparcial” y “objetiva” y en contraposición a la perspectiva de las violaciones a los derechos humanos, de la cual es partidaria el gobierno (González y Borrelli, 2009). Además, argumenta que toda la sociedad fue víctima de la violencia guerrillera y cataloga como “víctimas” a aquellos que deben afrontar la política de derechos humanos de Kirchner, como por ejemplos las Fuerzas Armadas (González y Borrelli, 2009).

Más allá de lo explicado hasta acá, es durante la presidencia de Cristina Kirchner donde se produce definitivamente el cambio de una estrategia de convivencia a una de confrontación. Esto sucede en 2008, con el estallido del conflicto agropecuario. El mismo divide el escenario mediático en dos bandos: por un lado, la mayoría de los principales medios de comunicación, sobre todo *Clarín*, *La Nación* y el sitio web de noticias Infobae son álgidos opositores, mientras que medios como *Página/12* son favorables al gobierno (Kitzberger, 2022). El gobierno kirchnerista ve la cobertura mediática de este suceso como una acción desestabilizadora por parte de los medios opositores, principalmente *Clarín* (Lodola y Kitzberger, 2017). El enfoque mediático de las protestas como un “paro histórico” de “gente” movilizada de forma “espontánea” y la gran cobertura en vivo de las manifestaciones, hacen pensar al gobierno que los medios dominantes movilizaban intereses con el objetivo de destituirlo del poder (Lodola y Kitzberger, 2017).

A partir del segundo mandato de Cristina Kirchner la oposición electoral se va articulando en una coalición antipopulista que finalmente triunfa en 2015, en un contexto de alta polarización del debate público y de los discursos partidarios. Bajo el nombre de

Cambiamos, dicha coalición se forma para competir en las elecciones del año 2015 contra el Kirchnerismo e incluye a la Unión Cívica Radical (UCR), la Coalición Cívica (CC), algunos partidos menores y el partido Fuerza Republicana (PRO), principal fuerza de la alianza (Vommaro, 2019). La gran novedad es que esta nueva alianza electoral logra unificar la mayor parte de las fuerzas políticas no peronistas, dejando de lado sólo a la centro-izquierda y a la izquierda de filiación trotskista, y tiene como principal socio a una fuerza de centro-derecha, que luego de más de siete décadas de debilidad en el espectro político, llega al poder por medio de elecciones (Vommaro y Gené, 2017). El 22 de noviembre de 2015, el candidato del oficialismo, Daniel Scioli, pierde en segunda vuelta frente al de Cambiamos, Mauricio Macri, quien gobernará hasta 2019, marcando el fin del “giro a la izquierda”, luego de doce años del gobierno kirchnerista (Vommaro, 2019). El triunfo de Macri parece traer consigo un giro radical en la política del país porque es el primer triunfo de un candidato que históricamente no pertenece ni al Partido Justicialista ni a la Unión Cívica Radical, provocando la ruptura de ese bipartidismo y la derrota del peronismo luego de doce años de gobierno.

La gran estrategia política de Cambiamos para llegar al poder se basa en “movilizar los valores comunes en el mundo de los managers, sintonizar con una particular manera de entender la carrera profesional, la vida familiar y los desafíos personales y convertir el salto a la política en una opción deseable” (Vommaro, 2017: 152). Macri se propone formar una nueva realidad, contrapuesta a la planteada durante los años kirchneristas, y lo hace defendiendo una concepción política republicana-liberal y un programa económico y social de modernización (Vommaro y Gené, 2017). Asimismo, gobierna utilizando el antipopulismo como recurso principal para movilizar apoyo y su retórica sobre el mismo está alineada con la opinión de los medios antipopulistas. Por ejemplo, durante todo su gobierno, los casos de corrupción kirchnerista ocupan un lugar privilegiado en la agenda pública y son revertidas numerosas políticas de comunicación del kirchnerismo, como la eliminación de las restricciones de propiedad de la ley audiovisual (Kitzberger, 2022). Con respecto a los medios, aquellos históricamente opuestos al kirchnerismo, como *La Nación* y *Clarín*, continúan con sus editoriales antikirchneristas y se mantienen aliados con el nuevo gobierno, en un contexto de cobertura de noticias muy polarizado (Kitzberger, 2022). Si bien medios como *Página/12*, un canal de noticias por cable y algunas estaciones de radio siguieron siendo favorables al kirchnerismo, éste pierde su posición de poder tanto en la televisión abierta como entre los principales proveedores de noticias.

Capítulo 3.

El objetivo principal de este trabajo de investigación es explorar cómo surge la presencia del término populismo y cómo varían los significados asociados al término a lo largo del tiempo en la narrativa política del diario *La Nación* desde 1996 a 2019. La presunción principal o hipótesis es que, en un contexto de creciente polarización, el populismo parece ser un constructor de identidades políticas y que los medios de comunicación aparentan tener un rol relevante en la movilización política de rechazo al populismo. Es decir, existiría una tendencia de que el uso del término populismo o las narrativas sobre él por parte de los medios son negativas y se asocian a diferentes encuadres sobre el fenómeno.

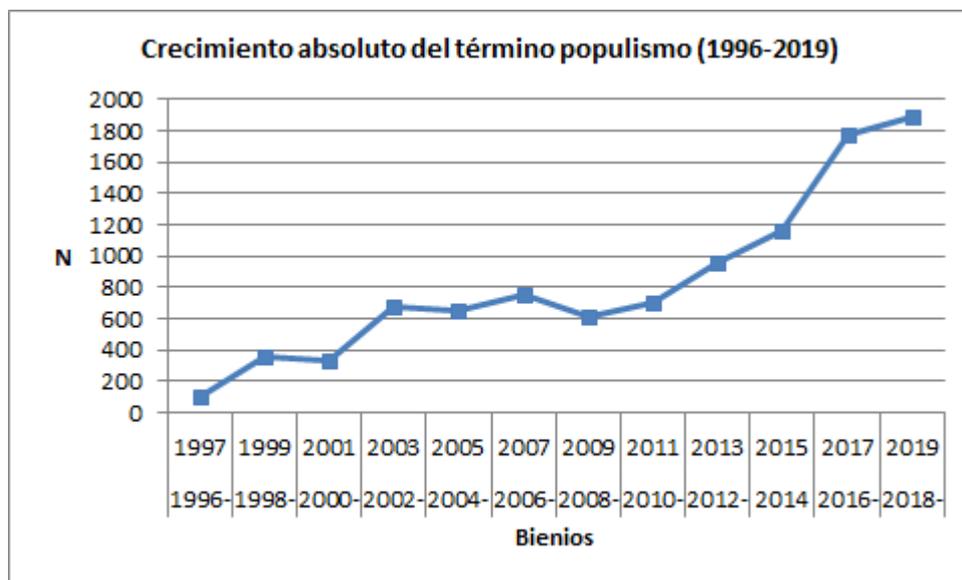
A lo largo de este capítulo se describirán los hallazgos más significativos sobre cómo varía la construcción de imagen del populismo por parte de *La Nación*, a qué sucesos se asocia y cuáles son los diferentes encuadres sobre el fenómeno. Para evaluar esto, se construyó una base de datos que recopila 9962 artículos online del diario mencionado que contienen la palabra “populista” o “populismo” desde 1996 a 2019. Sobre la misma, se obtiene una muestra representativa aleatoria de 900 artículos, la cual representa aproximadamente un 10% de la base total. Dicha muestra incluye todas las secciones del diario a lo largo de esos años, excepto las cartas de lectores que, si bien forman parte del número total de la base original, no se tuvieron en cuenta a la hora de armar la muestra y codificar. Las mismas serán analizadas por separado.

Las unidades de análisis son los artículos online que contienen el término “populismo” o “populista” en el período mencionado, de los cuales en la muestra analizada un 44% son noticias y 38% corresponden a columnas de análisis político u opinión, tanto de invitados como del staff permanente de periodistas de *La Nación*. Del resto, un 8,8% corresponde a entrevistas, 7% a editoriales y 1,8% a reproducciones textuales de notas de algún medio extranjero, como por ejemplo *The New York Times* o *El País*. De todos ellos, en un 71,8% el hablante es el autor de la nota, mientras que un 28,11% son hablantes indirectos, es decir, no es quien firma la nota sino que son actores citados que poseen otro rol. La orientación de los artículos o el tono de la narrativa sobre el populismo es casi siempre negativa: un 86,33% de artículos tienen un tono negativo, 13,55% un tono neutro y sólo 1 artículo posee un tono positivo. Corresponde a una entrevista a Hilda Molina, médica y activista cubana, en el año 2006, donde afirma:

“No todo populismo es malo. Lo importante es la democracia y las libertades. Hay que separar los países democráticos de aquellos que no”²

Uno de los hallazgos más relevantes es que la narrativa sobre el populismo en *La Nación* crece a lo largo del tiempo, si bien en algunos años se mantiene estable. El gráfico 1 resume esto teniendo en cuenta cada bienio.

Gráfico 1: Crecimiento absoluto del término populismo o populista (1996-2019)



N= cantidad de artículos en números absolutos

En el Gráfico 1 puede observarse que el uso del término populismo o populista aumenta cuantitativamente a lo largo de los años, por encima del crecimiento de la oferta de artículos online de las secciones fijas de *La Nación*, que puede consultarse en el anexo de esta tesis.

El crecimiento de la narrativa sobre populismo puede vincularse a los países o regiones en donde se produce, principalmente porque muestra qué factores o sucesos desencadenan su uso. La tabla 2 muestra las distintas referencias geográficas sobre el uso del populismo, teniendo en cuenta la muestra analizada, y refleja que el aumento de la narrativa populista crece especialmente a partir de los años 2000 en América Latina y en Argentina específicamente. Muchos artículos contienen más de una referencia geográfica, por ejemplo Estados Unidos/Argentina, por lo que el número de artículos informados en la tabla no es igual al número de artículos total (n = 900) codificados. Los números entre paréntesis

² S.n (2006, 9 de julio). *La Nación*. Hilda Molina, Democracia y Populismos. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/politica/hilda-molina-democracia-y-populismos-nid821883/>)

corresponden a las veces que sólo se codificó en Argentina y los casos donde este país se codificó con otro latinoamericano (por ejemplo, Argentina/Venezuela), están en la categoría América Latina.

Tabla 2: Uso de la narrativa populista según referencia geográfica

		1996-1997	1998-1999	2000-2001	2002-2003	2004-2005	2006-2007	2008-2009	2010-2011	2012-2013	2014-2015	2016-2017	2018-2019	Total
América Latina (Argentina)	N	3 (11)	9 (15)	8 (11)	17 (30)	18 (25)	30 (25)	12 (31)	12 (40)	18 (48)	10 (62)	16 (91)	18 (92)	171 (481)
Referencia no Latinoam.	N	2	5	8	5	4	4	6	4	5	14	29	25	111
Global	N	0	5	7	8	13	9	7	9	14	17	23	23	135

N=cantidad de artículos codificados según referencia geográfica.

La Tabla 2 refleja que la narrativa sobre el populismo crece a partir de los años 2000 en América Latina, principalmente porque el siglo XXI trae consigo el surgimiento de gobiernos catalogados como “populismos de izquierda” y, desde 1998 a 2015, el populismo es el protagonista de ese llamado “giro a la izquierda” en la región (Casullo, 2019). Comienza con la llegada al poder de Hugo Chávez en 1998 y continúa con los mandatos de Néstor Kirchner en 2003, Evo Morales en 2005, Rafael Correa en 2006, Cristina Kirchner en 2007 y Fernando Lugo en 2008. Todos ellos tienen en común que son sujetos identificados como populistas en las narrativas del diario, lo cual podrá apreciarse en detalle más adelante.

En los artículos de *La Nación* sobre esta región, el uso del término crece principalmente en Argentina y Venezuela, y vinculan al populismo con el Chavismo y el Kirchnerismo (las estadísticas sobre esto pueden verse más adelante en este capítulo).

Como puede apreciarse en la tabla 2, en Argentina la narrativa sobre el populismo va aumentando durante los 12 años kirchneristas. El momento de mayor ruptura del kirchnerismo con los medios se produce a partir del conflicto con el campo en el año 2008. A partir de ese momento, la oposición se monta y construye sobre el anti-kirchnerismo y con elementos de discurso anti-populista: el conflicto dio pie a movilizaciones de grupos heterogéneos que percibían al kirchnerismo como una amenaza y que establecieron, desde esa fecha hasta el 2015, un discurso fuertemente opositor (Vommaro, 2017).

Por fuera de América Latina, el uso del término populismo o populista por parte de *La Nación* crece principalmente a partir del Brexit, de la llegada de Trump al poder y del ascenso del llamado “populismo xenófobo”, como puede verse en la Tabla 2. Esto se vincula

con que, a partir de la segunda mitad del siglo XXI, una serie de fenómenos encuadrados como populistas comienzan a ser relevantes en Europa y Estados Unidos. Esto refleja que los países centrales también son permeables a los discursos populistas: hasta antes del surgimiento de estos partidos catalogados como populistas de derecha radical en Europa y de la elección de Trump en Estados Unidos, la mayoría de los expertos creía el fenómeno era algo de los países en vías de desarrollo, pero no de las sociedades capitalistas avanzadas (Rovira Kaltwasser, 2019).

La tabla mencionada también muestra artículos codificados como “global”, es decir, sin ningún país o región específica. Son artículos que se refieren al populismo de forma genérica, sin ubicarlo o relacionarlo con algún lugar específico, sino más bien como un fenómeno a nivel global. Por ejemplo, en el siguiente artículo donde se sostiene que:

“En los países prósperos hay mucho que perder si se abandona la democracia. En las naciones pobres, la mayoría de la población tiene poco que perder. Más aún, si el régimen dictatorial genera alguna mejora en los ingresos de los sectores más postergados hay pocas razones para añorar la democracia. Una dictadura populista tiene mucho más atractivo que una democracia que no mejora la suerte de las mayorías”³

Este aumento del uso del término a lo largo del tiempo se vincula directamente con cómo ha ido usando y percibiendo en *La Nación* al populismo y cómo ha ido variando la significación del mismo. Para evaluar estas diferentes formas de usar y percibir al fenómeno, se construyeron de forma inductiva categorías de *frames* que luego sirvieron para codificar los significados asociados al uso del populismo. Se distinguieron dos bloques de *frames* o macroframes principales: por un lado, el frame económico, vinculado directamente a las supuestas políticas económicas populistas, y, por otro, los *frames* políticos, donde algunos perciben al populismo como una amenaza a la Democracia, otros como una forma de manipular a las masas, de antagonizar el pueblo y la élite, como un fenómeno directamente vinculado a la corrupción, entre otros. De los 900 artículos codificados, 485 poseen al menos uno de estos frames. Si bien los detalles pueden consultarse en el anexo metodológico, es importante aclarar que es una variable múltiple, ya que puede ser que para un mismo artículo se aplique más de un frame o encuadramiento. Sin embargo, como máximo se seleccionan dos, y deben ser lo más explícitos posibles. La Tabla 3 muestra la variación en el uso y los significados dados al populismo por parte de *La Nación* a lo largo del tiempo, por bienio. Por lo que se dijo anteriormente de que algunos artículos contienen más de un frame, por ejemplo

³ Beker, V (2014, 24 de septiembre). La pobreza pone en peligro la Democracia. *La Nación*. Consultado en: <http://www.lanacion.com.ar/1729714-la-pobreza-pone-en-peligro-a-la-democracia>

un frame económico con otro frame político (cualquiera de ellos) o viceversa, es importante señalar que el número de artículos informados en la tabla no es igual al número de artículos con frame (n = 485) codificados. Del total de la muestra existen 415 artículos sin frame, pero, en estos igual está presente una connotación negativa del término “populismo” o “populista”: son artículos que mencionan el término al pasar, fugazmente, y si bien no es encuadrado bajo un frame, tampoco se lo encasilla positivamente sino de forma peyorativa. Un ejemplo es el siguiente:

“Nunca había conocido personalmente al presidente argentino Néstor Kirchner hasta que me dio una entrevista de 35 minutos durante su visita para la Cumbre de las Américas, la semana pasada, de manera que estaba curioso por saber si es tan cerrado y populista como lo pintan algunos en Washington D.C”⁴

Tabla 3: Variación de los significados otorgados al populismo por parte de La Nación a lo largo del tiempo

		1996-1997	1998-1999	2000-2001	2002-2003	2004-2005	2006-2007	2008-2009	2010-2011	2012-2013	2014-2015	2016-2017	2018-2019	Total
Frame económico	N	7	4	8	19	17	17	11	23	30	30	49	39	254
	%	1,4	0,82	1,6	3,9	3,5	3,5	2,2	4,7	6,1	6,1	10,1	8,0	52,3
Populismo como amenaza a la Democracia	N	0 (0)	1 (1)	1 (2)	0 (4)	2 (9)	4 (9)	1 (10)	4 (11)	4 (15)	2 (8)	1 (13)	2 (11)	22 (93)
	%	0 (0)	0,2 (0,2)	0,2 (0,4)	0 (0,8)	0,4 (1,8)	0,8 (1,8)	0,2 (2,0)	0,8 (2,2)	0,8 (3,0)	0,4 (1,6)	0,2 (2,6)	0,4 (2,2)	4,5 (19,1)
Populismo como manipulación	N	0	2	0	3	8	7	5	5	8	10	11	12	70
	%	0	0,4	0	0,6	1,6	1,4	1,0	1,0	1,6	2,0	2,2	2,4	14,4
Populismo como apelación antagónica del pueblo	N	0	2	1	2	3	5	6	4	7	8	5	8	51
	%	0	0,4	0,2	0,4	0,6	1,0	1,2	0,8	1,4	1,6	1,0	1,6	10,5
Populismo como corrupción	N	0	0	0	1	1	0	1	3	3	3	9	5	26
	%	0	0	0	0,2	0,2	0	0,2	0,6	0,6	0,6	1,8	1,0	5,3
Populismo como lo bajo	N	0	1	3	2	2	0	4	1	2	1	0	1	17
	%	0	0,2	0,6	0,4	0,4	0	0,8	0,2	0,4	0,2	0	0,2	3,5

⁴ Oppenheimer, A. (2004, 18 de enero). Lo vi a Bush en una actitud solidaria. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/politica/lo-vi-a-bush-en-una-actitud-solidaria-nid565099/>

Populismo cultural	N	0	0	1	2	0	0	1	2	1	0	2	2	11
	%	0	0	0,2	0,4	0	0	0,2	0,4	0,2	0	0,4	0,4	2,2

Los números entre paréntesis corresponden a los subframes del frame político “Populismo como amenaza a la Democracia”

Como puede apreciarse en la tabla, el frame económico es el único que es transversal en el tiempo, ya que aparece a lo largo de toda la base y desde el inicio, en el 1996. La primer nota codificada bajo este frame es un artículo del año mencionado titulado “Para Cavallo no hay marcha atrás en el plan”, donde se expresa que:

“el eje de las discusiones entre los miembros del Gabinete era "si se va a continuar y profundizar con la reforma económica que lideró y lidera el presidente Menem o si se va a volver al pasado con un tipo de medidas populistas y reguladoras" ⁵

Podría decirse que es la significación sobre populismo más antigua que ha utilizado *La Nación* y que ha perdurado con el transcurso del tiempo. Además, como se observa en la tabla 3 es el más utilizado por el diario: de los 485 artículos con *frames*, 52,3% corresponden al frame económico (254 en términos absolutos). Bajo este frame, el populismo es presentado como un conjunto de políticas económicas irresponsables, insustentables, cortoplacistas, anacrónicas y estatistas. Este enfoque económico está particularmente presente en las investigaciones sobre el populismo latinoamericano de los años ochenta y noventa: algunos economistas como Rudiger Dornbusch y Jeffrey Sachs entienden el fenómeno básicamente como un “tipo de irresponsabilidad” (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017: 3). En esa línea, la política económica populista se caracteriza por una primera etapa de gasto público masivo financiado con deuda externa y una segunda con hiperinflación. Asimismo, se percibe a la economía populista como irresponsable porque implica una gran redistribución de la riqueza y el gasto público y resta importancia a los riesgos de la inflación y del financiamiento deficitario (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017). La noción de populismo económico tiene una fuerte impronta normativa, ya que se vincula directamente a la implementación de políticas económicas “incorrectas” “defectuosas” e “irresponsables”, insostenibles en el largo plazo y disparadoras para el surgimiento de grandes crisis (Rovira Kaltwasser, 2019).

Un ejemplo puntual de este frame en la narrativa del diario es el siguiente:

“¿Sabemos los argentinos que de los costos totales para generar, transportar y distribuir los electrones en todo el país las tarifas que pagamos sólo aportan la mitad de los ingresos? La otra mitad de los ingresos los aportan los subsidios, que no son un regalo del Gobierno,

⁵ Suárez Samper, L. (1996, 21 de marzo) Para Cavallo no hay marcha atrás en el plan. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/para-cavallo-no-hay-marcha-atras-en-el-plan-nid175930/>

también los pagamos entre todos con impuestos o con emisión inflacionaria. Las tarifas políticas, más los subsidios para "todos y todas" (el cóctel populista) sólo cubren los costos operativos.”⁶

Como puede apreciarse en la tabla 3 si se observan los bienios, el frame económico casi prima sólo hasta antes de 2000 y luego continúa prevaleciendo por encima de las demás formas de narrar al populismo. Lo único que cambia es que, durante la década de 1990 es utilizado por *La Nación* como una especie de “advertencia” de a lo que Argentina no debe regresar, con frases como “volver al pasado con un tipo de medidas populistas” (1998), mientras que a partir de la década de 2000, con el giro a la izquierda, son críticas directas a las políticas de los gobiernos. Las mismas se producen con mayor frecuencia e intensidad durante los años kirchneristas, principalmente los últimos: entre 2012 y 2015 existen 60 artículos (12,3%) codificados bajo el frame económico, centrados en las políticas económicas del gobierno o su gestión económica en general. Ejemplos específicos son narrativas como: “recetas populistas” (2012), “costos de las decisiones populistas” (2013), “medidas de gasto populistas y controles de precios que distorsionan los mercados” (2014), “el kirchnerismo, otro notable retorno del populismo intervencionista” (2014), “Cristina Kirchner, una populista que empujó a su país a su segunda cesación de pagos en 13 años” (2014), “Cristina Kirchner se ve en figurillas para conciliar el componente ortodoxo de este ajuste económico con su discurso populista” (2014), “los mayores recursos de u\$s 30-35.000 millones adicionales por año no se aprovecharon para modernizar el país, sino para hacer populismo” (2015), “los servicios públicos hoy son menos del 4%. Eso liberó a la Presidenta para incrementar su populismo consumista” (2015), “populismo que utilizó divisas para cubrir baches de gasto corriente” (2015), entre otros. A partir de 2016, con la llegada de Macri al poder, el uso más preponderante es la “advertencia” constante sobre “a lo que no se debe volver”. De hecho, son estos años los que más artículos codificados bajo este frame se observan en la muestra, con 49 notas (10,1%) en el bienio 2016-2017 y 39 (8,0%) en 2018-2019. Ejemplos específicos son narrativas como: “el populismo pasado colocó mucho (muchísimo) dinero en circulación y no permitió, al mismo tiempo, que se ampliara la oferta” (2016), “el kirchnerismo hizo populismo con las tarifas” (2016), “esquema populista de manipulación de las tarifas en la era kirchnerista” (2017), “se devaluó la moneda, se "pesificaron" los contratos y se incumplieron las concesiones: el paraíso populista, sobre cuyos cimientos construyó poder la familia Kirchner” (2018), “el kirchnerismo nunca escuchó a sus propios especialistas (...) Fueron tiempos de populismo energético, crisis de abastecimiento, caída de la producción y cepo cambiario” (2018), “consecuencias nefastas del populismo, potenciado durante los 12 años de kirchnerismo” (2019), entre otros.

Más allá de ser el más preponderante, el frame económico no es el único utilizado por *La Nación*, ya que a lo largo del tiempo, especialmente a partir del cambio de siglo, hacen su aparición *frames* de tipo político, que vinculan al fenómeno con diversas cuestiones como la

⁶ Montamat, D. (2013, 22 de diciembre) El Estado es el mayor responsable por los cortes de luz. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/buenos-aires/el-estado-es-el-mayor-responsable-por-los-cortes-de-luz-nid1650052/>

amenaza a la democracia y las instituciones, la manipulación de las masas, la corrupción, entre otros. El frame político más destacado asocia al populismo a una amenaza para la Democracia liberal e incluye narrativas que caracterizan al fenómeno como autoritario, fascista, contrario a las instituciones, los valores republicanos y el orden constitucional y como una amenaza a la libertad de prensa. Como puede apreciarse en la tabla 3, un 4,5% (22 en términos absolutos) de artículos de la muestra se codifica bajo el frame genérico de amenaza a la Democracia liberal y un 19,1% (93 en términos absolutos) bajo alguno de sus subtipos, representando un total de 23,4% de artículos en la muestra entre ambos. En términos generales, el populismo es presentado como una amenaza directa a la Democracia Liberal y se acusa directamente a los populistas de invocar el principio de soberanía popular para denostar a las instituciones independientes que buscan proteger los derechos inherentes al modelo democrático liberal. En este sentido, se excusan en la idea de la “voluntad del pueblo” para desarrollar sus intereses y critican al establishment por ser incapaz de canalizar las demandas de esa gente “común” (Mudde y Rovira Kaltwasser, 2017). Un ejemplo específico de este frame genérico es una noticia del año 2006, donde se cita al periodista Joaquín Morales Solá expresando:

“Rescató, además, la figura de Batlle y Ordóñez y consideró un problema para la región el rebrote del populismo. "El riesgo de la democracia hoy no es el militarismo, sino el populismo", dijo el periodista”.⁷

Este tipo de narrativa sobre el populismo se destaca principalmente en el bienio 2012-2013, con un 3,9% de artículos codificados (19 en términos absolutos): 0,8% (4 en términos absolutos) bajo el frame genérico y 3,0% (15 en términos absolutos) bajo alguno de sus subtipos. Ese bienio mencionado es inmediatamente posterior al triunfo de Cristina Kirchner en octubre de 2011 con el 54% de los votos, es decir, representa el momento más hegemónico del kirchnerismo. En este período, *La Nación* basa su narrativa en mostrar o alertar a sus lectores sobre “la amenaza” del gobierno kirchnerista sobre la democracia, las instituciones y la prensa libre y en marcar los rasgos autoritarios o incluso fascistas del mismo. Ejemplos son narrativas como: “el tipo de liderazgo de la presidente es autoritario, personalista y populista” (2013), “giro autoritario y populista que caracteriza al Gobierno” (2013), “para el ideario populista el republicanism, la división e independencia de los poderes es una rémora del pasado” (2012), “Cristina Kirchner tiene todas las características de un matón populista, intentando callar a sus oponentes dentro del país” (2013), entre otros.

El subtipo más destacado dentro de este frame hace referencia al populismo como autoritarismo. De hecho, la primera vez que esta narrativa surge en la muestra, es en el año

⁷ Fernández, N. (2006, 22 de mayo). Ovación de la clase política uruguaya a Joaquín Morales Solá. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/politica/ovacion-de-la-clase-politica-uruguaya-para-morales-sola-nid808008/>

1998 en una columna de análisis (la única nota codificada así ese año), que hace referencia al primer peronismo como:

“un populismo autoritario, que sólo trajo, entre otros males, estancamiento y desprestigio internacional”⁸

En total, 9,6% de artículos (47 en términos absolutos) poseen este frame. Bajo el mismo, el populismo es asociado a una forma de autoritarismo o presentado como un modelo opuesto a la Democracia. Un ejemplo específico es un artículo del año 2003, donde se hace referencia a Hugo Chávez de la siguiente manera:

“Los abrazos de Kirchner con Lula da Silva sugirieron esa imagen y no faltaron alusiones a un supuesto "eje Caracas-Brasilia-Buenos Aires", como si el autoritarismo populista de Hugo Chávez tuviera algo que ver con los imperativos de la reconstrucción nacional argentina.”⁹

El segundo subtipo más destacado y que vale la pena resaltar es el que se refiere al populismo como amenaza a la libertad de prensa. Se vincula al contexto de grandes cambios en la escena mediática, principalmente a partir de la década del 90. Un 3,2% de artículos están codificados bajo este subframe (16 en términos absolutos). Aparece por primera vez en la muestra en el año 2004, en una noticia donde se cita textual a Jack Fuller, presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa, expresando:

“La más grave amenaza para la prensa libre en la región es "el populismo", alertó el presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Jack Fuller, en Ecuador. Tras advertir sobre una relación cada vez más tensa entre la prensa libre y el poder en varios países, Fuller dijo que "la inestabilidad política desnuda actitudes populistas del poder que derivan en excesos y ataques a la prensa".¹⁰

En términos generales, este subframe asocia al populismo a limitaciones a la libertad de expresión/prensa o incompatible con estándares liberal-democráticos de libertad de expresión y contiene una condena normativa. Un ejemplo genérico y específico es un editorial de *La Nación* del año 2009, donde se afirma:

“La proliferación de gobiernos de marcadas tendencias populistas en América latina es un hecho incontrovertible que está trayendo aparejadas no pocas tensiones políticas. Tales son los casos de Venezuela, Bolivia, Ecuador y Nicaragua, donde los gobiernos hostilizan cada vez

⁸ (Noel, M. (1998, 3 de junio). La vida y la historia. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/la-vida-y-la-historia-nid213697/>).

⁹ Moreno, J. (2003, 3 de julio). Destino manifiesto. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/destino-manifiesto-nid508333/>

¹⁰ s.n. (2004, 7 de agosto). Inquieta a la SIP el populismo. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/cultura/inquieta-a-la-sip-el-populismo-nid625337/>

más a los periódicos y los periodistas independientes mientras las libertades de expresión y de prensa se restringen sistemáticamente”¹¹

Otro frame político que ha ido usando *La Nación* a lo largo del tiempo es el que asocia el populismo a manipulación de masas, instrumentalización de la pobreza, demagogia y manipulación de emociones y a cualquier uso de la metáfora de “dar pescado en vez de enseñar a pescar”. En general implica la presencia de un líder fuerte y carismático, que mantiene una conexión directa con las masas a través del asistencialismo. Bajo esta lectura, el objetivo de “dar pescado en vez de enseñar a pescar” es que esa masa dependa necesariamente de las políticas asistenciales, como planes sociales y subsidios, a cambio de obtener votos y apoyo. Es importante destacar que esta narrativa es una forma específica de antipopulismo que se remonta a la forma en la que la élite argentina imaginó el lugar de las masas en la política, desde 1810 hasta la actualidad. A lo largo de la historia, este grupo intenta incorporarlas sin perjudicar su status o posición, es decir, diseña formas políticas en la que estos sectores se inserten en el sistema sin poner el riesgo el liderazgo de las élites. Este orden se ve alterado principalmente con el ascenso al poder del peronismo. El antipopulismo percibe al populismo como una manera defectuosa de incluir a estas masas a la política, las cuales incluso ve como una amenaza “desde abajo” que sólo las élites pueden neutralizar o contener (Seman, 2020).

Un ejemplo específico que refleja de manera clara este frame político es una noticia del año 2016, donde se expresa:

“Parte del populismo es esto de acostumbrarte a darte cosas gratis totalmente con mucha inequidad”¹²

A lo largo de toda la muestra, un 14,4% de artículos están codificados bajo este frame (70 en términos absolutos) y surge por primera vez en la muestra en el año 1999, en una columna de análisis donde se expresa:

“Los obstáculos que una sociedad populista impone al desarrollo del proceso cultural tienen sus raíces en la ideología que la define, cuyo contenido es la masificación y cuya consecuencia es la cosificación de los hombres que integran la masa”¹³

Como puede apreciarse en la tabla mencionada, el crecimiento más sostenido en el tiempo de este frame se produce en el período comprendido entre 2014 y 2019, con su pico máximo en

¹¹ s.n. (2009, 5 de agosto). Otro ataque contra la prensa libre. *La Nación*. Consultado en: <https://www.google.com/url?q=http://www.lanacion.com.ar/1158701-otro-ataque-contra-la-prensa-libre&sa=D&source=editors&ust=1667589855269115&usg=AOvVaw0gVvdvoCR35317NhgwrSG1>

¹² s.n. (2016, 2 de abril). Defensa del Gobierno y fuerte crítica de la oposición a las subas. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/defensa-del-gobierno-y-fuertes-criticas-de-la-oposicion-a-las-subas-nid1885387/?R=b97e92>

¹³ Isaacson, J. (1999, 16 de septiembre) De la masa a la persona. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/153649-de-la-masa-a-la-persona>

el bienio 2018-2019. Macri es el primer representante de la élite argentina que se presenta a sí mismo como el responsable de modificar esas estructuras políticas tradicionales y liderar a aquellos sometidos a la dependencia del Estado, bajo el lema de “redimir a las masas y avanzar hacia el futuro” (Seman, 2020:239). Durante el bienio mencionado, este frame político es utilizado por *La Nación* como una especie de “recordatorio” constante de lo que generó en la sociedad la demagogia y el asistencialismo de los años kirchneristas o el “acostumbramiento” de la sociedad a recibir beneficios del Estado. Ejemplos específicos son narrativas como: “No es fácil salir de décadas de malas políticas públicas, atajos, populismo y demagogia” (2018), “Oportunismo populista: la receta que consumió la fiesta que hay que pagar” (2018), “populismo que usa a los pobres” (2018), “un 30% de pobres para sostener el populismo” (2019), “trabajamos para devolverle lo que el populismo les arrebató: la dignidad” (2019), entre otros.

Otro uso político que le ha otorgado la Nación a lo largo del tiempo al populismo es el asociado a una construcción de antagonismos entre pueblo y elite. Es decir, el diario asume como mínimo común denominador del fenómeno el trazado de la frontera entre pueblo y poder establecido. Tanto ese pueblo como la élite son percibidos como actores divididos por su clase e intereses sociales. Así, “la política populista pretende representar al “pueblo” contra una “élite”, y presenta sus demandas como expresiones de la voluntad del “pueblo” (Stravakakis y De Cleen: 111).

Un 10,5% de los artículos de la muestra con frame están codificados bajo este encuadre. Como puede apreciarse en la tabla, aparece por primera vez en el año 1998 y crece a lo largo del tiempo, teniendo sus picos más destacados en los bienios 2012-2013 (momento hegemónico del kirchnerismo), 2014-2015 (últimos dos años de kirchnerismo) y 2018-2019 (últimos dos años del Macrismo). En estos últimos años de Macri es donde principalmente *La Nación* ridiculiza esta idea que construye el el kirchnerismo de sí mismo basada en que viene a representar a ese pueblo y defenderlo de los intereses de un enemigo que va en contra de la voluntad popular. Por ejemplo, esto se refleja en una columna de análisis del año 2014, donde se expresa que:

“La atribución del mal a un enemigo externo-siguiente momento de la dialéctica presidencial- es un recurso típico del populismo. En la compilación ya clásica de Ionescu y Gellner, es descrito como un rasgo que atraviesa distintas manifestaciones del fenómeno. Según los autores, la manía persecutoria del populismo se expresa bajo la forma de conspiraciones atribuidas a fuerzas externas. En el peronismo originario y en el kirchnerismo hay abundantes pruebas de esta tendencia, desde el embajador Braden hasta los fondos buitres”¹⁴

¹⁴ Fianza, E. (2014, 2 de agosto). La vigencia agónica del discurso populista. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/la-vigencia-agonica-del-discurso-populista-nid1715114/?R=314865>

Es importante destacar que la cita es expresada por un sociólogo, por lo que puede decirse que el frame refleja de alguna manera las interpretaciones académicas sobre el populismo.

Otro hallazgo a destacar en esta narrativa, es que en los artículos donde este frame y el de populismo como manipulación están juntos, se detecta que las distintas voces en *La Nación* quieren expresar que, con esa distinción entre pueblo y élite, el líder popular manipula a las masas. Por ejemplo, como en una columna de análisis del año 2012, donde otro sociólogo expresa:

“El carisma y el paternalismo del líder populista llevan a que las masas se organicen como movimiento, siguiendo una dinámica de fuerte confrontación con el enemigo. No niego la centralidad de la relación líder-masa ni las virtudes del uso de Carl Schmitt para explicar la lógica de confrontación con el enemigo que surge en ese contexto, pero la abusiva instrumentación de este autor por teorías actuales del populismo es engañosa, porque muestra una parte de la realidad y esconde otra. La dialéctica amigo-enemigo aplicada al populismo opera un reduccionismo político que escamotea los elementos psicológicos presentes en la relación líder-masa y sus consecuencias para la comunidad”¹⁵

Los *frames* políticos construidos menos detectados en la narrativa antipopulista de *La Nación* tienen que ver con el populismo asociado a la corrupción (5,3%), a “lo bajo” (3,5%) y a las prácticas culturales asociadas al fenómeno (2,2%). Con respecto al primero, el populismo ligado a la corrupción no se vincula a un hecho puntual o acción concreta en ningún momento, sino que pareciera que es inherente al populismo en sí. Dicho de otra manera, el diario percibe a la corrupción como parte del populismo. En Argentina particularmente, la máxima utilización de este frame se produce durante los años macristas, como una especie de recordatorio de la gestión kirchnerista que refuerza aún más este encuadre y en un contexto de causas judiciales contra funcionarios de dicho gobierno, que acaparan la mayor parte de la agenda de los medios. Por ejemplo, pueden leerse frases para referirse a la época anterior como: “la gran mayoría de los argentinos no quiere volver al pasado, al populismo, al clientelismo y a la corrupción” (2017); “la suma de corrupción, populismo y narcotráfico ha generado exclusión, pobreza, inequidades” (2018), “después de una década de despilfarro y corrupción, empezamos a normalizar el sector energético” (2017) o “detrás de la corrupción hay tragedias que se podrían haber evitado, como la de Once” (2017). Sin embargo, más allá de esto, se considera en general a la corrupción como parte de la cultura o de la forma natural de operar del populismo. Un ejemplo específico de esto es un artículo del año 2017, donde se expresa:

“Hoy, cuando los gobiernos ideológicos y populistas han exhibido en el mundo entero su rotundo fracaso y corrupción, la Argentina se encamina hacia una construcción no

¹⁵ Leis, H. (2012, 12 de diciembre) La adulación populista deshumaniza a la política. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/la-adulacion-populista-deshumaniza-la-politica-nid1535956/?R=d4cd8c>

ideologizada, en la que los ciudadanos deben recobrar no sólo los activos perdidos, sino la virtud que durante décadas había sido confiscada.”¹⁶

Con respecto al populismo como “lo bajo”, tiene que ver directamente con la distinción política de Pierre Ostiguy entre high/low o alto/bajo. Este eje distingue las divisiones políticas de un país y refiere a las formas de ser y actuar en política (Ostiguy, 2009). El primer componente de la dimensión high/low es sociocultural: hace referencia a modales, comportamiento, formas de hablar y vestirse y vocabulario. A los políticos catalogados como en lo alto se los considera educados y formales en sus modales y procedimientos, mientras que en lo bajo se los señala como más rudos y personalistas, con un lenguaje cargado de jerga o expresiones populares. El segundo componente del eje alto-bajo es político-cultural: trata sobre formas de liderazgo político y toma de decisiones. En lo alto, esas formas se basan en reclamos para favorecer “modelos de autoridad formales, impersonales, legalistas e institucionalmente mediados” (Ostiguy, 2009: 8). En el nivel bajo, las formas se basan en un liderazgo muy personalista, carismático y fuerte, con un líder señalado como “popular”. Así, teniendo en cuenta estas dimensiones, Ostiguy sostiene que lo bajo es un rasgo del populismo como concepto y que lo alto caracteriza al antipopulismo. Un ejemplo específico de este frame por parte del diario *La Nación* puede verse en una columna de análisis del año 2001, donde se expresa:

“Después arreciaron vientos populistas que desterraron la música clásica de las radios oficiales por “elitista”, para reemplazarla por otros géneros musicales que de tan populares sobreabundaban a izquierda y derecha del dial hasta el grado de la saturación”¹⁷

Por último, la narrativa del populismo cultural contrapone una cultura estatista o de la dependencia del Estado a otra meritocrática. Sostiene que, por combatir la meritocracia, el populismo crea una sociedad mediocre, pauperizada, sin movilidad social y que desvirtúa el concepto de mérito. El mérito y el esfuerzo individual son amenazados por esa cultura de dependencia del Estado y el populismo es visto como un fenómeno que presenta un falso dilema entre igualdad y mérito. Un ejemplo específico de este frame por parte de *La Nación* es una columna de análisis del año 2016, donde se expresa:

“La no meritocracia es un populismo pedagógico: todo vale lo mismo, todos pasan. Ni una cosa ni la otra: modelos de enseñanza que se enriquecen en la diversidad, que generan justicia dentro de las aulas sin olvidar los esfuerzos, que potencian a cada alumno y al grupo”¹⁸

¹⁶ Manfroni, C (2017, 6 de julio). Dos Revoluciones opuestas. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/dos-revoluciones-opuestas-nid2040030/?R=e920ed>

¹⁷ Sáenz, J. (2001, 9 de abril). Música clásica en la radio. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/musica-clasica-en-la-radio-nid59282/?R=2ae2f2>

¹⁸ Rivas, A. (2016, 17 de mayo) Que el aula no consolide la desigualdad social. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/que-el-aula-no-consolide-la-desigualdad-social-sacar-por-favor-nid1899384/?R=1c2324>

Es importante analizar quiénes son los que utilizan los *frames* descriptos anteriormente para referirse al populismo: quiénes son las voces portadoras de la postura antipopulista y qué rol profesional ocupan. La tabla 4 muestra el número de artículos con frame según quiénes son los hablantes sobre populismo, el rol que poseen, por tipo de macroframes: económico o políticos:

Tabla 4: Total de artículos con frame según el rol de la voz hablante por tipos de macroframes

	Frame económico	Frames políticos	Ambos: art. con frame económico y algún frame político o viceversa
Periodistas LN	70	52	4
Periodistas colaboradores	33	19	1
Economistas	43	6	3
Intelectuales públicos	21	48	1
Editorial LN	0	16	8
Dirigentes políticos	26	25	4
Dirigentes políticos extranjeros	6	8	1
Prensa extranjera	10	5	1
Empresariado	6	2	2
Académicos	5	24	1
Juristas	1	5	0
Analistas políticos	4	6	0
Fundaciones, ThinkTanks	0	4	0
Otros roles	3	12	0

N=cantidad total

Como puede visualizarse en dicha tabla, los hablantes más destacados del frame económico son los periodistas del staff permanente de *La Nación*, representando un 30,7% del total de artículos con sólo ese frame económico. Los exponentes más destacados de este tipo de hablantes son periodistas clásicos del diario, como Mariano Grondona, Joaquin Morales Solá,

Jorge Fernández Díaz y Carlos Pagni. Un ejemplo es una columna de análisis de Joaquín Morales Solá, del año 2016, donde expresa:

“Massa señaló que su prioridad es el consumo de la sociedad. No se trata de una novedad; es el proyecto de cualquier político. La pregunta que no respondió es qué clase de consumo quiere. Puede ser un consumo subsidiado e inconsistente en el tiempo (que es el que propuso siempre el populismo latinoamericano) o puede ser el consumo al estilo de las economías más avanzadas del mundo, que se respalda en la producción de bienes y en la capacidad exportadora”¹⁹

Los economistas son un segundo tipo de hablante relevante dentro del frame económico, representando un 22,8% del total artículos donde está presente el mismo. Los miembros más destacados de esta categoría son figuras como Ricardo Torres, Orlando Ferreres, Guillermo Calvo, Daniel Artana, Claudio Loser, entre otros. Un ejemplo concreto es una noticia del año 2015, donde textualmente el economista Orlando Ferreres afirma:

"Los servicios públicos representaban en 2001 el 14% del costo de vida; hoy son menos del 4%. Eso liberó a la Presidenta para incrementar su populismo consumista. Los servicios se mantuvieron y eso pagó viajes, electrodomésticos y todo el boom de consumo"²⁰

En tercer lugar, los periodistas colaboradores, es decir, esporádicos de *La Nación*, representan un 14,47% del total de artículos con frame económico y los nombres más destacados son Andrés Oppenheimer, Daniel Lozano, Luis Gregorich, entre otros. Un ejemplo puntual es una columna de análisis de Oppenheimer del año 2015, donde se refiere a las políticas económicas populistas:

“A pesar de que la economía argentina floreció a mediados de la década pasada gracias a los altos precios mundiales de las materias primas, las políticas populistas de la presidenta saliente, Cristina Fernández de Kirchner, ahuyentaron las inversiones. Cristina Kirchner gastó por encima de los ingresos del país en subsidios sociales insostenibles y falseó sistemáticamente las estadísticas económicas.” (Oppenheimer, A. (08/12/2015) Macri puede reactivar a la Argentina. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/opinion/macri-puede-reactivar-a-la-argentinaclaves-americanas-nid1852241/>).

Los dirigentes políticos de Argentina y los dirigentes políticos extranjeros, ambos, representan un 14,03% del total de artículos con frame económico y los más relevantes son figuras como Mauricio Macri, Roberto Lavanga, Nicolás Dujovne, Marcos Peña, Julio César Moreno, el ex presidente de Perú Pedro Pablo Kuczynsky, entre otros. Los intelectuales públicos conforman el 9,2% del total de artículos con frame económico y están representados por personalidades como Mario Vargas Llosa, Natalio Botana y Juan José Sebrelli. La prensa

¹⁹ (Morales Solá, J. (2016, 11 de septiembre) Macri y Massa, en medio de un debate crucial. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/macri-y-massa-en-medio-de-un-debate-crucial-nid1936639/?R=454efb>)

²⁰ Ferreres, O. (2015, 25 de octubre) Precios descuidados: la herencia de la era kirchnerista. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/precios-descuidados-herencia-de-la-era-kirchnerista-nid1839217/>

extranjera, representada por medios como *The New York Times*, *The Washington Post* y *Financial Times*, conforma un 4,3% del total de artículos con este frame. Por último, miembros del empresariado argentino, académicos, juristas y analistas políticos proporcionan, todos juntos, un 7,01% de todos los artículos bajo el frame económico, con personalidades como Sergio Berezstein, Eduardo Fidanza, Carlos Escudé, Pablo Gerchunoff, Ricardo Guitart, entre otros.

Con respecto a los *frames* políticos, al igual que con el económico, los hablantes sobre populismo que ocupan el primer lugar son los periodistas del staff permanente de *La Nación*, representando un 22,4% del total de artículos con algún frame de este tipo. Las figuras más destacadas de esta categoría siguen siendo nombres como Joaquín Morales Solá, Mariano Grondona, Carlos Pagni, Jorge Fernández Díaz, entre otros. Un ejemplo específico es una columna de análisis de Mariano Grondona del año 2005, donde se refiere al populismo de la siguiente manera:

“El populismo promete a los pobres sacarlos cuanto antes de su condición. Acto seguido, dicta medidas demagógicas que adulan la imaginación de los pobres, pero que en verdad empeoran su suerte y aumentan su número. El populismo ama tanto a los pobres que los multiplica. Como los pobres no alcanzan a percibir el secreto mecanismo de esta paradoja, siguen votando a sus presuntos benefactores. Cuanto más pobres haya, más votos tendrán los que los multiplican”²¹

En segundo lugar, los intelectuales públicos proporcionan un 20,6% del total de artículos con algún frame político, con figuras como Mario Vargas Llosa, Natalio Botana, Juan José Sebrelli y Beatriz Sarlo. Un ejemplo puntual es una columna de análisis de Mario Vargas Llosa, donde se refiere a la gestión de Rafael Correa en los siguientes términos:

“La desaparición de un periodismo libre y su reemplazo por unos medios neutralizados e incapaces de ejercer la crítica es el sueño, también, de las pseudodemocracias demagógicas y devastadas por el populismo, de las que es eximio representante el gobierno de Rafael Correa. Su involución hacia el populismo demagógico y la retórica truculenta y ramplona que ahora practica -verlo perorar, mirando al cielo, con las venas hinchadas del cuello y embriagado de admiración por sí mismo, constituye un espectáculo impagable- es por desgracia una deriva no infrecuente en los políticos latinoamericanos”²²

El tercer lugar lo ocupan los dirigentes políticos, con un 10,7% del total de artículos con frame políticos, donde se destacan nombres como Mauricio Macri, Rogelio Frigerio, Patricia Bullrich, Elisa Carrió, Leopoldo Moreau, Roberto Lavagna, entre otros. Un ejemplo puntual es una noticia del año 2018, donde se cita al ex presidente expresando:

²¹ Grondona, M. (2005, 6 de agosto). La culpa por el peronismo no es del peronismo. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/la-culpa-por-el-peronismo-no-es-del-peronismo-nid677391/>

²² Vargas Llosa, M. (2012, 28 de febrero) El honor del Presidente. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/miradas/el-honor-del-presidente-nid1452211/>

“Sin nombrar a su antecesora Cristina Kirchner, Macri resume su credo laico en pocas palabras. "La suma de corrupción, el populismo y el narcotráfico ha generado exclusión, pobreza, inequidades", sentencia, antes de bajarse de la combi para entrar en el avión que lo depositará, otra vez, en Buenos Aires”

(Rosemberg, J. (14/04/2018) Macri: “lo importante es que si Fellner fue responsable, sea condenado, y si es inocente, sea absuelto”. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/macri-lo-importante-es-que-si-fellner-fue-responsable-sea-condenado-y-si-es-inocente-sea-absuelto-nid2125715/>).

Los académicos representan un 10,3% del total de artículos con *frames*, con personalidades como Vicente Palermo, Eric Hobsbawm y Silvio Waisboard. Los periodistas colaboradores o esporádicos conforman un 8,1%, con nombres como Andrés Oppenheimer, Luis Gregorich y Felipe Fernandez, y los editoriales del diario representan un 6,8% del total de artículos con algún frame político. Los dirigentes políticos extranjeros, con figuras como José María Aznar, Jair Bolsonaro, Alejandro Toledo y Vicente Fox, conforman un 3,4%. Por último, los economistas, la prensa extranjera, miembros del empresariado, juristas, analistas políticos y fundaciones/ThinkTanks representan, todos juntos, un 12% de todos los artículos bajo algún frame político, con personalidades como Sergio Berenztein, The Wall Street Journal, Eduardo Fidanza, Alfredo Vitolo, Peter Kellner, Aldo Abram, entre otros.

Con respecto a los hablantes de artículos con ambos *frames* juntos (frame económico con algún tipo de frame político o viceversa), los editoriales de *La Nación* son los que conforman el primer lugar del total de artículos con ambos macroframes, con un 30,7%. ejemplo. Los periodistas fijos del diario, con nombres como Joaquín Morales Solá y Jorge Fernandez Diaz, y los dirigentes políticos, con figuras como Mauricio Macri, Fernando Iglesias y Dario Lopérfido, representan un 15,3%, respectivamente. Los economistas conforman un 11,5%, con nombres como Orlando Ferreres, Aldo Abram y Daniel Montamat, y los miembros del empresariado un 7,6%, representando por Luis Etchevere y Francisco Luzón. Por último, los periodistas colaboradores, intelectuales públicos, dirigentes políticos extranjeros, prensa extranjera y académicos representan la misma proporción: un 3,8% cada uno, del total de artículos bajo ambos macroframes.

En términos generales puede decirse que, al igual que la literatura sobre el populismo, el diario tiende a catalogar como populistas a personalidades muy diferentes entre sí, por ejemplo Trump, Cristina Kirchner, Chávez, Bolsonaro, Perón, López Obrador, entre otros. Es decir, si bien existen figuras como Chávez, Evo Morales, los Kirchner, Correa, López Obrador, Ortega y Lula Da Silva, que siempre (y de forma reiterada, tanto por sus nombres propios como el del país que dirigen) son catalogados como tal, también puede apreciarse que el populismo se usa para una amplia gama de actores, a veces no relacionados entre sí.

La tabla 5 muestra el total de artículos con *frames* según cada tipo de referido. Como puede apreciarse, dicha tabla muestra que 34,22% de artículos con frame no poseen un referido, es decir, no califican como populismo o populista a nada ni nadie en particular, sino que son artículos con una narrativa antipopulista genérica, sin especificar corrientes, líderes populares, gobiernos o políticas públicas. Por ejemplo: “también conocemos la forma en que el populismo y la demagogia debilitan la democracia y confunden al ciudadano, impidiéndole la comprensión de los fenómenos sociales y económicos” (1999) o “el populismo tiene muchas características. Una de ellas es la proyección, ese poner todo lo malo afuera, en otro (...) El populismo es un proceso por medio del cual un grupo renuncia a su responsabilidad y proyecta toda su culpa en un "enemigo" (2015). Para analizar esta variable, se tienen en cuenta sólo los artículos con frame porque de alguna manera todos los que poseen uno son los usos más significativos del populismo. Los usos del término sin frame son más anecdóticos muchas veces, por lo que la estadística descriptiva de quiénes son catalogados como populistas revela más si se realiza sobre aquellas notas con un tipo de frame. De todos modos, cabe destacar que aquellos que no poseen frame igual poseen una connotación negativa, por lo que en el caso de tener un referido, éste también es percibido negativamente.

Tabla 5: Artículos con frames según quiénes son calificados como populistas (referido genérico)

Referido genérico	Cantidad total
Sin referido	166
Políticas públicas	111
Corriente/facción/movimiento	89
Líder	75
Gobierno	27
Funcionarios	22
Otros	20

También, dicha tabla muestra que 22,88% artículos con frame califican de populismo o populista a ciertas políticas públicas. La gran mayoría se vinculan al frame económico (20,82%) y al frame populismo como manipulación (2,26%), incluyendo los casos en los que ambos frame se codificaron juntos en un mismo artículo: tienen que ver principalmente con gasto público, subsidios, planes sociales, congelamiento de tarifas, y medidas que implican intervención estatal en la economía o asistencialismo. Por ejemplo: en un artículo de 1999, Natalio Botana resume las políticas características del populismo:

“Cuando sopla el viento de la desigualdad, lo peor es refugiarse en las imagerías de un pasado cercano y dejarse llevar por la tentación populista. Es posible hallar las raíces históricas de la desigualdad en América latina durante el siglo XX en un conjunto de políticas erróneas, muy populares hace apenas una década, basadas en subsidios fiscales injustos, clientelismos políticos satisfechos con puestos públicos, malas legislaciones laborales, proteccionismos de variada índole, empresas estatales ineficientes y controles de precios.”²³

En otro, un editorial que combina el frame económico con el político, se define al populismo ejemplificando sus políticas y su accionar con un subsidio específico:

“suele entenderse por populismo aquel sistema político mediante el cual un gobierno se asegura la fidelidad del voto popular a través de lo que comúnmente se conoce como subsidios sociales. En el caso argentino de hoy, estaría dado por los beneficios de los planes Argentina Trabaja, que se otorgan a través de cooperativas de trabajo habitualmente organizadas por los movimientos sociales oficialistas, y por la Asignación Universal por Hijo (AUH).”

(s.n. (27/07/2013) El populismo como filosofía política. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/editoriales/el-populismo-como-filosofia-politica-nid1604888/>).

Dentro de las corrientes o movimientos y los líderes populares, los más destacados son, por un lado, el Kirchnerismo, los Kirchner como líderes y el Peronismo en Argentina, y por otro, el Chavismo, Bolivarianismo, y Chávez. Todos ellos son quienes más preponderancia poseen en la retórica antipopulista de *La Nación* y en los que se observa un patrón de continuidad.

La tabla 6 muestra la variación intertemporal de los sujetos referidos como protagonistas en estas narrativas sobre populismo, por bienio. Como puede visualizarse en ella, el total de artículos con frame que califican al kirchnerismo, a sus líderes o a su gobierno como populismo o populista es 18,76% mientras que el total de artículos con frame que catalogan al Chavismo y/o a sus respectivos líderes o gobiernos como populismo o populistas es 6,18%. En un 2,26% de artículos se los califica como tal a ambos, juntos

Tabla 6: Variación intertemporal de la cantidad de artículos con frame que califican al Kirchnerismo, al Chavismo y a sus respectivos gobiernos o líderes como populismo o populistas

		1996-1997	1998-1999	2000-2001	2002-2003	2004-2005	2006-2007	2008-2009	2010-2011	2012-2013	2014-2015	2016-2017	2018-2019	Total
Kirchnerismo y derivados	N	0	0	0	1	8	7	7	8	10	14	21	15	91
Chavismo y derivados	N	0	1	3	2	4	2	5	3	5	1	2	2	30
Ambos	N	0	0	0	0	2	3	0	1	2	2	1	0	11

²³ Botana, N. (1999, 30 de mayo). El riesgo latinoamericano. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/el-riesgo-latinoamericano-nid140289/>

El principal hallazgo es que, en el caso de Argentina, la narrativa política del diario tiende a responsabilizar siempre al kirchnerismo o al gobierno kirchnerista como el responsable de la situación del país, ya sea económica o social, principalmente hacia el final del mandato de Cristina Kirchner, como puede apreciarse en la Tabla 6. Por ejemplo, en un artículo del año 2015²⁴, se lo cataloga como el culpable de una crisis económica y de valores:

“Esta crisis que estamos viviendo ahora ha llegado a su punto de máximo del populismo más desenfrenado. Sí, estamos en crisis porque aunque la gente no lo perciba hay una profunda crisis que todavía no se traduce en un fenomenal salto cambiario o corrida financiera, que es como normalmente se identifican las crisis económicas. Hay otro tipo de crisis que es más profundas porque afecta los cimientos económicos de un país, como puede ser la destrucción de ciertos valores”²⁴

En el caso de Chávez, de forma constante *La Nación* señala en sus narrativas que el líder venezolano o su gobierno poseen rasgos autoritarios y demagógicos, que sólo profundizan aún más las desigualdades. Estas acusaciones se producen tanto en artículos específicos sobre Venezuela como en menciones al pasar. Ejemplos son afirmaciones como “es necesario que el gobierno de Chávez sea respetuoso y tolerante con el disenso; asegure rápidamente la vigencia del Estado de Derecho en su país, así como la independencia de su poder judicial” (2004), “no hace crecer la economía ni hace crecer a los venezolanos, sino que saca lo peor de ellos. Los está convirtiendo en un inmenso rebaño clientelar” (2007), o “en el país líder del neopopulismo latinoamericano o del llamado socialismo del siglo XXI, la Venezuela de Chávez, a pesar de su riqueza petrolera y minera, no se ha erradicado la pobreza y, por el contrario, aumentó la desigualdad social” (2010).

Esto se vincula directamente con el argumento de Sagarzazu y Mouron (2020), quienes sostienen que la imagen de un líder extranjero puede ser usada si reúne los requisitos para convertirse en un problema de cuña. El chavismo posee dichas condiciones, principalmente por el tipo de liderazgo de Chávez y sus políticas y porque los opositores al modelo tienen una percepción negativa del mismo. Por esto, se ha utilizado como referencia para polarizar a la opinión pública, presentarlo como una “amenaza” para la política interna de los países o mostrar las posibles implicancias negativas de acercarse a Venezuela (Sagarzazu y Mouron, 2020).

Luego de la muerte de Chávez, la narrativa no cambia en casi nada, ya que los términos o el tono para referirse al líder venezolano a su movimiento son los mismos. Por ejemplo, meses después de su muerte, un artículo de Mario Vargas Llosa titulado “La muerte lenta del Chavismo”, afirma que:

“Advertir que "el socialismo del siglo XXI", como denominó Hugo Chávez al engendro ideológico que promocionó su régimen, ha comenzado a perder el apoyo popular y que la corrupción, el caos

²⁴ Cachanosky, R. (2015, 1 de septiembre). Una crisis peor que la de 2001. *La Nación*. Consultado en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/una-crisis-peor-que-la-de-2001-nid1824034/>

económico, la escasez, la altísima inflación y el aumento de la criminalidad van vaciando cada día más sus filas y engrosando las de la oposición, y, sobre todo, la evidencia de la incapacidad de Maduro para liderar un sistema sacudido por cesuras y rivalidades internas, explica los exabruptos y el nerviosismo que en los últimos días han llevado a los herederos de Chávez a mostrar la verdadera cara del régimen. Es decir, su intolerancia, su vocación antidemocrática y sus inclinaciones matonescas y delincuenciales.”²⁵

Carta de lectores:

Las cartas de lectores de *La Nación* constituyen la voz de los lectores. La base de datos sólo contiene aquellas con la palabra “populismo” o “populista” y el principal objetivo de analizarlas es observar cómo hablan de populismo dichos lectores. Como se explicó anteriormente, si bien forman parte del número total de la base original, no se tuvieron en cuenta a la hora de armar la muestra, principalmente porque no son notas que reflejen las voces de *La Nación*: no son periodistas del diario, ni constituyen hablantes políticos, académicos o intelectuales. Sin embargo, se decide codificar aparte una pequeña muestra para estudiar qué *frames* utilizan los lectores que envían dichas cartas al diario y qué conclusiones pueden extraerse. No interesan sus nombres propios ni sus roles, sino simplemente al lector como hablante y su forma de percibir o hablar sobre populismo. Existen en total 562 cartas de lectores, de las cuales se codificaron 30. La dirección o tono de las cartas de lectores es totalmente negativo: las 30 poseen una orientación en este sentido, sin un tono neutro o positivo.

La Tabla 7 muestra el crecimiento absoluto del uso del término populismo o populista en la muestra de cartas de lectores, por bienio. Como puede apreciarse, aparecen en la codificación recién en 1998 y se mantienen estables a lo largo de los años, con una cantidad reducida, y su máximo crecimiento se produce entre 2014 y 2017, durante los últimos años del segundo mandato de Cristina Kirchner y los primeros años de Macri. En términos generales, en ese período son cartas que se refieren “a la Argentina populista” y sus consecuencias a nivel económico y social, sin referirse a nadie en particular, sino al populismo en sí, como fenómeno, y siempre en un tono despectivo, peyorativo o negativo. Por ejemplo, pueden leerse expresiones como, “retraso madurativo por el populismo” (2014), “retraso madurativo por el populismo” (2014), “funesto populismo” (2015), “populismo barato” (2015), “años de oscuridad y populismo” (2016), “populismo que envenena a los Argentinos” (2016), “populismo mediocre” (2017), entre otros.

Tabla 7: Crecimiento absoluto del uso del término populismo o populista en las cartas de lectores

²⁵ Vargas Llosa, M. (2013, 6 de mayo). La muerte lenta del Chavismo. *La Nación*. Consultado en: <http://www.lanacion.com.ar/1579225-la-muerte-lenta-del-chavismo>

	1996-1997	1998-1999	2000-2001	2002-2003	2004-2005	2006-2007	2008-2009	2010-2011	2012-2013	2014-2015	2016-2017	2018-2019	Total
N	0	1	0	2	2	2	2	2	3	7	6	3	30

De las 30 cartas codificadas, 18 poseen *frames*, de los cuales el más preponderante con 61,1% (11 cartas de lectores en términos absolutos) son los *frames* políticos, como puede apreciarse en la Tabla 8. Su hito máximo es el bienio 2016-2017, con 3 cartas en total.

Dentro de los *frames* políticos, el que más presencia tiene es el populismo como manipulación, con 5 cartas. Un ejemplo de una carta de lectores bajo este *frame* es el siguiente:

“Necesitamos menos gente que crezca al amparo del populismo mediocre cuya función es reclamar hasta el hartazgo beneficios sociales sin trabajar”²⁶

Los *frames* políticos son seguidos por el *frame* económico, con 38,8% (7 cartas en términos absolutos). Su hito máximo es el bienio 2012-2013, con 2 cartas (11,1%). Un ejemplo de una carta de lectores bajo este *frame* es el siguiente:

“Emitir moneda sin control, financiando con deuda pública un gasto público exacerbado, ineficiente y electoralista es sin duda el alma de este gobierno populista (...)”²⁷

Tabla 8: Frames sobre populismo en cartas de lectores desde 1996 a 2019, por bienio.

		1996-1997	1998-1999	2000-2001	2002-2003	2004-2005	2006-2007	2008-2009	2010-2011	2012-2013	2014-2015	2016-2017	2018-2019	Total
Frames políticos	N	0	0	0	1	2	1	1	1	0	1	3	1	11
	%	0	0	0	5,5	11,1	5,5	5,5	5,5	0	5,5	16,6	5,5	61,1
Frame económico	N	0	1	0	1	0	0	0	0	2	1	1	1	7
	%	0	5,5	0	5,5	0	0	0	0	11,1	5,5	5,5	5,5	38,8

Con respecto a los hablantes y al rol que cumplen, en las cartas de lectores siempre son las personas que las envían, por lo que no se codificaron ni vale la pena establecer una estadística descriptiva. Con respecto a quiénes son catalogados o señalados como populistas, son sólo 10 de las 18 cartas de lectores con *frame* que se refieren a alguien o algo como populista o populismo. Los más destacados son el Kirchnerismo y Peronismo (4 cartas) y las políticas públicas “populistas” en general, sin especificar (3 cartas).

²⁶ s.n, (2017, 30 de marzo). Carta de lectores. *La Nación*. Consultado en: <http://www.lanacion.com.ar/2001259-cartas-de-los-lectores>

²⁷ s.n, (12, 4 de octubre). Carta de lectores. *La Nación*. Consultado en: <http://www.lanacion.com.ar/1514121-cartas-de-lectores>

Conclusión.

La presente tesis se pregunta si el populismo es un constructor de identidades políticas y si los medios de comunicación adquieren un rol relevante en la identidad política de rechazo al populismo. Es decir, si existe una tendencia de que el uso del término populismo o las narrativas sobre él por parte de los medios son negativas y se asocian a diferentes encuadres sobre el fenómeno. En este sentido, la tesis tuvo como objetivo analizar cómo surge la presencia del término populismo y cómo varían los significados sobre él a lo largo del tiempo en la narrativa política del diario *La Nación* desde 1996 a 2019. Para analizar estas diferentes formas de encuadrar y definir al populismo, se realizó un análisis de contenido sobre una muestra obtenida de una base de datos que recopila todos los artículos online del diario en el período mencionado y se construyeron de forma inductiva categorías de *frames*, que hacen referencia al marco de significados asociados al fenómeno en el período 1996-2019.

La evidencia construida con el análisis aporta a la comprensión del rol que pueden asumir los medios en la construcción de una subjetividad política negativa basada en el rechazo al populismo. Se encuentra que *La Nación* es portador de la postura antipopulista a través del uso de diferentes *frames* o significados sobre el mismo que van variando a lo largo del tiempo, pero que, en términos generales, son de dos tipos: económico o políticos. El frame económico es la narrativa sobre populismo más utilizada: de los 485 artículos con *frames*, 52,3% corresponden al frame económico (254 en términos absolutos). Además, es la más antigua: surge desde el inicio de la muestra, casi prima sólo hasta antes de 2000 y luego continúa prevaleciendo por encima de las demás. Los *frames* políticos surgen principalmente a partir del cambio de siglo y asocian al fenómeno a diferentes cuestiones, como por ejemplo, como una amenaza a la democracia y las instituciones, como un manipulador de las masas, como directamente vinculado a la corrupción, entre otros. El frame político más destacado es el que asocia al populismo a una amenaza para la Democracia liberal e incluye narrativas que caracterizan al fenómeno como autoritario, fascista, contrario a las instituciones, los valores republicanos y el orden constitucional y como una amenaza a la libertad de prensa. Un 4,5% (22 en términos absolutos) de artículos de la muestra se codifica bajo el frame genérico de amenaza a la Democracia liberal y un 19,1% (93 en términos absolutos) bajo alguno de sus subtipos, representando un total de 23,4% de artículos en la muestra entre ambos. Este tipo de narrativa tiene su hito más destacado en el momento más hegemónico del Kirchnerismo, durante los años 2012 y 2013, donde *La Nación* basa su narrativa en dar cuenta o alertar a sus lectores sobre “la amenaza” que representa el gobierno sobre la Democracia, las Instituciones

y la prensa libre. Los subtipos más destacados son, en primer lugar, el que hace referencia al populismo como autoritarismo, con un 9,6% de artículos (47 en términos absolutos) y, en segundo lugar, populismo como amenaza a la libertad de prensa con 3,2% de artículos están codificados bajo este subframe (16 en términos absolutos).

Otro *frame* político que ha ido usando *La Nación* a lo largo del tiempo es el que asocia el populismo a manipulación de masas, instrumentalización de la pobreza, demagogia y a cualquier uso de la metáfora de “dar pescado en vez de enseñar a pescar”: un 14,4% de artículos están codificados bajo este *frame* (70 en términos absolutos). Esta narrativa forma parte de una tradición antipopulista más longeva en el país vinculada al modo en que la élite argentina imagina el lugar de las masas en la política y que, por lo tanto, percibe al populismo como una manera errónea de incluir a estas masas a la política (Semán, 2020). El mayor uso de este *frame* político se produce entre 2014 y 2019, con su pico máximo en el bienio 2018-2019, donde *La Nación* lo aplica como “recordatorio” constante de lo que generó en la sociedad el asistencialismo y la demagogia Kirchnerista.

Otros usos políticos que le ha otorgado *la Nación* a lo largo del tiempo al populismo lo asocian con la corrupción, como representante del pueblo frente a la élite, como opuesto a la meritocracia (populismo cultural) y como “lo bajo”. En cuanto a las cartas de lectores, contrario a lo que ocurre con los artículos, editoriales y columnas de opinión, los *frames* políticos son los más preponderantes, con 61,1% (11 cartas de lectores en términos absolutos), siendo el populismo como manipulación el que más presencia tiene (5 cartas). El *frame* económico ocupa el segundo lugar, con 38,8%.

Esta tesis también muestra la prevalencia de hablantes mediáticos que proporcionan un tratamiento periodístico alineado con el antipopulismo: son voces portadoras y manifestadoras de la postura anti-populista, asumiendo un rol independiente como movilizadores de la misma y formando parte de la identidad política de rechazo al fenómeno. Los hablantes más destacados del *frame* económico son los periodistas del staff permanente de *La Nación*, representando un 30,7% del total de artículos con sólo ese encuadre. El segundo lugar lo ocupan los economistas, representando un 22,8% del total artículos con este *frame*, mientras que el tercer lugar corresponde a los periodistas colaboradores o esporádicos del diario, con un 14,47% de artículos codificados bajo este tipo de *frame*. Con respecto a los *frames* políticos, al igual que con el económico, quienes ocupan el primer lugar son los periodistas del staff permanente de *La Nación*, con un 22,4% del total de artículos con algún *frame* de este tipo. En segundo lugar, los intelectuales públicos representan un 20,6% del

total de artículos con algún frame político, mientras que el tercer lugar lo ocupan los dirigentes políticos, con un 10,7% del total de artículos con frame políticos.

El trabajo empírico también muestra quiénes son calificados como populistas en la narrativa de *La Nación*. En términos generales, se concluye que, al igual que ocurre con la literatura sobre populismo, el diario tiende a etiquetar como populistas a una gama de actores muy diversos entre sí: desde Perón, Hugo Chávez, Cristina Kirchner y Evo Morales hasta Trump y Bolsonaro. Sin embargo, el Kirchnerismo, el Peronismo y el Chavismo como movimientos políticos y los Kirchner y Chávez como líderes populares son quienes más predominio poseen en la retórica antipopulista de *La Nación* y en los que se observa un patrón de continuidad. Asimismo, un 22,88% artículos con frame califican de populismo o populista a ciertas políticas públicas, donde la gran mayoría se vinculan al frame económico (20,82%) y al frame populismo como manipulación (2,26%), incluyendo los casos en los que ambos frame se codificaron juntos en un mismo artículo. Éstos tienen que ver principalmente con temas de intervención estatal, gasto público, planes sociales y congelamiento de tarifas. También, 34,22% de artículos con frame no califican como populismo o populista a nada ni nadie en particular, sino que son artículos con una narrativa antipopulista genérica, sin especificar corrientes, líderes populares, gobiernos o políticas públicas. Con respecto a las cartas de lectores, durante su hito máximo entre 2014 y 2017, son cartas que no se refieren a nadie en particular, sino que hablan en términos generales de “la Argentina populista” y sus consecuencias a nivel económico y social. Señalan al fenómeno en sí, siempre en un tono despectivo y peyorativo.

Otro hallazgo de esta tesis es que la orientación de los artículos o el tono de la narrativa sobre el populismo es casi siempre negativa: un 86,33% de artículos tienen un tono negativo, 13,55% un tono neutro y sólo 1 posee un tono positivo. La dirección o tono de las cartas de lectores también es absolutamente negativa, ya que todas las codificadas poseen una orientación en este sentido, sin un tono neutro o positivo.

La narrativa antipopulista crece a lo largo del tiempo, especialmente partir de los años 2000 en América Latina, principalmente por el “giro a la izquierda” en la región. En los artículos de *La Nación* sobre esta región, el uso del término crece principalmente en Argentina y Venezuela, vinculando al fenómeno con el Chavismo y el Kirchnerismo. Por fuera de América Latina, el uso del término crece principalmente a partir del Brexit, de la llegada de Trump al poder y del surgimiento del denominado “populismo xenófobo” en Europa y Estados Unidos a partir de la segunda mitad del siglo XXI.

Este estudio abre algunas líneas de investigación sugerentes. Futuros trabajos podrían, por ejemplo, comparar el antipopulismo de los medios en países del Norte, para constatar si hay hallazgos que son específicos de América Latina o Argentina o si existen similitudes. También, en Argentina específicamente, se podría indagar sobre qué narrativas sobre populismo utilizan otros medios gráficos, como por ejemplo *Clarín*, u otros medios de comunicación que no sean en este formato, sino radiales o televisivos.

Bibliografía.

- Bale, T., Van Kessel, S., & Taggart, P. (2011). *Thrown around with abandon? Popular understandings of populism as conveyed by the print media: A UK case study. Acta Politica, 46(2).*
- Becerra, M. (2010). *Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina.* Lugones, G. y Jorge, F.(comps.), *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario* (s.f)
- Borrelli, M. & Gonzalez, M (2009). *Entre víctimas y victimarios: el diario La Nación y la política de derechos humanos de Néstor Kirchner (2003-2007).* Question/Cuestión, 1(23)
- Cane, J. (2012). *The Fourth Enemy: Journalism and Power in the Making of Peronist Argentina, 1930–1955 (Journalism and Power in the Making of Peronist Argentina, 1930–1955)* Pennsylvania State University Press.
- Casullo, E. (2019). *¿Por qué funciona el populismo?.* Siglo Veintiuno Editores
- Hatakka N, Herkman J (2022). *Hegemonic meanings of populism: Populism as a signifier in legacy dailies of six countries 2000–2018.* Media, Culture & Society, 44(8)
- Igartua Perosanz, J.J. (2006) *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación.* Barcelona, Editorial Bosch.
- Kitzberger, P (2009). *Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina.* Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político, 14 (s.f).
- Kitzberger, P. (2016). *Media Wars and the New Left: Governability and Media Democratisation in Argentina and Brazil.* Journal of Latin American Studies, 48(3)
- Kitzberger, P (2022) *Media-Politics Parallelism and Populism/Anti-populism Divides in Latin America: Evidence from Argentina,* Political Communication, DOI: 10.1080/10584609.2022.2124334
- Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido.* Paidós Comunicación.
- Lelkes, Y. (2016). *Winners, losers, and the press: The relationship between political parallelism and the legitimacy gap.* Political Communication, 33(s.f).
- Lelkes, Y., & Diaz, N. (2021). *The Nature of Affective Polarization: Disentangling Policy Disagreement from Partisan Identity.* American Journal of Political Science, (s.f) 1–38
- Lodola, G., & Kitzberger, P. (2017). *Politización y confianza en los medios de comunicación: Argentina durante el kirchnerismo.* Revista de Ciencia Política, 37(3)
- Lozada, M. (2004). *El otro es el enemigo: Imaginarios sociales y polarización.* Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, 10(2), 195–209.

- Moffit, B. (2018). *The Populism/Anti-Populism Divide in Western Europe*. Democratic Theory, 5(2).
- Mudde, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: a very short introduction*. Oxford University Press.
- Ostiguy, P. (2019). *The High and the Low in Politics: a two-dimensional political space for comparative analysis and electoral studies*. Instituto de Ciencia Política de Universidad Católica de Chile.
- Schuliaquer, I y Vommaro, G. (2020). *La polarización política, los medios y las redes: coordenadas de una agenda en construcción*. Revista SAAP, 14 (s.f).
- Seman, Ernesto (2021). *Breve historia del antipopulismo: los intentos por democratizar la Argentina plebeya, de 1810 a Macri*. Siglo XXI Editores.
- Sidicaro, R (1993). *La política mirada desde arriba: las ideas del diario La Nación, 1909-1989*. Ed. Sudamericana
- Sivak, M. (2015). *Clarín. La era Magnetto*. Planeta.
- Spinelli, M. E (2005). *Los vencedores vencidos: el antiperonismo y la "revolución libertadora"*. Biblos
- Stavrakakis, Yannis , Giorgos Katsambekis, Alexandros Kioupkiolis, Nikos Nikisianis, and Thomas Siomos (2017). *"Populism, anti-populism and crisis."* Contemporary Political Theory, 17(1).
- Vommaro, G & Gené, M (2017). *Argentina: el año de Cambiemos*. Revista de Ciencia Política, 37 (2).
- Vommaro, G (2017). *La larga marcha de Cambiemos: la construcción silenciosa de un proyecto de poder*. Siglo Veintiuno Editores.
- Vommaro, G (2019). *De la construcción partidaria al gobierno: PRO-Cambiemos y los límites del "giro a la derecha" en Argentina*. Colombia Internacional (99).
- Waisboard, S (2000). *Watchdog journalism in South America: news, accountability and democracy*. Columbia University Press.
- Waisbord S (2012). *Democracy, journalism, and Latin American populism*. Journalism, 14(4)
- Waisboard, S. (2015). *VOX Populista: Medios, Periodismo y Democracia*. Gedisa.

Anexo metodológico.

Tabla 1: Codebook:

TIPO DE NOTA	
Columna análisis	Columnas de análisis político u opinión, tanto de invitados como de staff permanente de periodistas de LN (el autor puede o no pertenecer a la redacción del diario)
Editorial LN	El artículo es un editorial de LN
Noticia	El artículo relata una serie de hechos o sucesos concretos, generalmente de forma detallada
Entrevista	El diario entrevista a un individuo
Reproducción prensa extranjera	El diario reproduce textual una nota de medio extranjero
TIPO DE HABLANTE	Es una variable binaria. Si el tipo de hablante es “autor nota” no se pone después el nombre propio (se escribe no aplica)
Autor nota	Persona que firma la nota, si es que la nota tiene firma. Se codifica cuando se trata del autor de la nota.
Hablante indirecto	Codificar cuando el hablante no sea el autor de la nota
ROL DE LA VOZ HABLANTE	Quiénes son o cuál es el rol de los que hablan de populismo. Si es el autor de nota, codificar el rol profesional (ej: periodista LN, periodistas colaboradores, intelectuales públicos).
Periodista LN (PERLN)	Codificar cuando se trate de periodistas de la redacción de LN, columnistas permanentes
Periodista colaborador (PERCOL)	Codificar cuando se trate de periodistas colaboradores, esporádicos
Editorial LN (EDLN)	Codificar cuando se trate de un editorial de LN
Periodista/diario/prensa extranjera (FOREIGPRESSED)	Codificar cuando se trate de prensa extranjera
Dirigente político (POLIT)	Codificar cuando se trate de dirigentes políticos
Dirigente político extranjero (POLITEXTR)	Codificar cuando se trate de dirigentes políticos extranjeros (no Argentina) o funcionarios de organismo internacionales
Empresariado (BSNS)	Codificar cuando se trate de un representante o miembro del empresariado
Economistas (ECON)	Codificar cuando se trate de un economista
Juristas (JURIST)	Codificar cuando se trate de un jurista o abogado

Académicos (ACAD)	Codificar cuando se trate de un académico de las ciencias sociales, historia o humanidades (no jurista y no economista)
Analista político (ANAL POLIT)	Codificar cuando se trate de un especialista en opinión pública, “pundits”.
Intelectual público (PUBINT)	Codificar cuando se trate de intelectuales públicos, escritores, celebridades, personalidades mediáticas, personajes de la cultura
Personalidad religiosa (RELIGIOSO)	Codificar cuando se trate de un miembro de la comunidad eclesiástica
Diplomático (DIPLOM)	Codificar cuando se trate de diplomáticos
Fundaciones/ThinkTanks (FUND/THINKTANKS)	Codificar cuando se trate de fundaciones, think tanks, organizaciones de la sociedad civil
Organismos de prensa (ORGSPRENSA)	Codificar cuando se trate de organizaciones de prensa, profesionales
Fuente no citada	Cuando se trata de un off the record o de otra atribución a una fuente no especificada
Otros	Codificar cuando no aplique ninguno de los anteriores
NOMBRE PROPIO HABLANTE	No se codifica cuando el hablante es el “autor nota”
FRAME	La variable es múltiple, permite más de una codificación positiva. Puede haber más de un encuadramiento. El frame refiere a un marco de significados asociados al populismo. Algunos de ellos –como el económico- derivan del discursos constituidos (en la política, la academia y otros campos) acerca del populismo
1. Populismo económico	El populismo es presentado como un conjunto de políticas económicas irresponsables, insustentables, cortoplacistas, anacrónicas, estatistas
2. Populismo como manipulación	El populismo es presentado como manipulación de masas, instrumentalización de la pobreza , como demagogia, manipulación de emociones e irracionalidad Cualquier uso de la metáfora de dar pescado en vez de enseñar a pescar.
3. Populismo cultural	Se opone un cultura estatista o de la dependencia del Estado a otra meritocrática o productiva
4. Populismo como corrupción	Se asocia el populismo como fenómeno ligado o asociado a la corrupción
5. Populismo como apelación antagónica al pueblo	El populismo es asociado a la construcción de antagonismos entre pueblo/elite *no necesariamente incluye un tono o dirección negativa *asemeja a las definiciones minimalistas del mundo académico que asumen como mínimo común denominador del

	populismo el trazado de la frontera pueblo/poder establecido
6. Populismo como “lo bajo”	Cfr la distinción de Pierre Ostiguy entre high/low: los políticos en lo alto son “bien educados,” comedidos tanto en modales como en procedimientos institucionales. Los políticos en lo bajo subliman menos y tienen menos inhibiciones, son más crudos, prácticos, terrenales y personalista, tanto en modales como institucionalmente. En lo alto, la gente se presenta públicamente como educada, apropiada. Además, los políticos de las altas esferas suelen ser "educados “y tienden a utilizar un discurso racionalista o de orientación ética. En el bajo, las personas usan con frecuencia un lenguaje que incluye jerga o expresiones y metáforas populares y muestran gustos más crudos y culturalmente populares
Frame genérico: 7.7 Populismo como amenaza a la Democracia liberal 7.1: Populismo como amenaza a la república 7.2: Populismo como amenaza al estado de derecho 7.3: Populismo como fascismo 7.4: Populismo autoritario/absolutista 7.5. Populismo como amenaza a las instituciones/orden const. 7.6. Populismo como amenaza a la libertad de expresión/prensa independiente	El populismo es presentado como una amenaza a la Democracia Liberal. codificar 7.7 cuando no encaja en ninguno de los subtipos o que más se acerque en la elección de palabras El populismo es presentado como un fenómeno que van en contra de los valores republicanos El populismo es presentado como opuesto al estado de derecho El populismo es presentado como un movimiento similar o igual al fascismo. El populismo es asociado a una forma de autoritarismo o presentado como un modelo absolutista y opuesto a la Democracia Cualquier asociación del término con la amenaza a las Instituciones democráticas o al orden constitucional 7.6. Cualquier asociación del término a limitaciones a la libertad de expresión/prensa, cuando incompatibilidad de la naturaleza del populismo con estándares liberal-democráticos de libertad de expresión. Contiene una condena normativa. Es siempre negativo
DIRECCION	Las categorías son excluyentes
Positivo	Art. con narrativa positiva sobre populismo
Negativo	Art. con narrativa negativa sobre populismo
Neutro	Art. con narrativa neutra sobre populismo
REFERIDO	Puede no haber referido, en cuyo caso no se codifica. ¿Quién o qué es calificado de populista o de populismo? En principio la mención del actor o el fenómeno debería ser explícita. No obstante, cuando la lectura contextualizada permite inferir inequívocamente un referido tácito puede codificarse positivo *de ser identificable siempre debe tener antelación un actor individual o colectivo, incluso si se hace referencia a medidas, si éstas son atribuidas o vinculadas a actores
Líder	Figura política individual, líder popular (figura popular)

Partido político Individuo:	Entidades políticas basadas en una ideología en común (podría usarse la definición de un autor específico) Personalidad o figura conocida que puede pertenecer a la cultura de los medios, deportes, política o empresariado. Ej: Maradona, Alejandro Romay de Canal 9
Corriente / facción / movimiento	Todos los terminados en *ismos. Corrientes de opinión, movimientos populares, sectores partidarios
Sindicatos	Organización de trabajadores asociados con el objetivo de defender intereses laborales y económicos en común
Clase política / dirigencia política	Cuando se refiere a la clase política o dirigencia como grupo
-Estado -Gobierno	Estado: hace referencia al Estado como organización política Gobiernos: hace referencia al gobierno de turno o algún gobierno que el artículo mencione explícitamente.
Funcionario público	Ministros, miembros del gabinete de gobierno o cualquiera que detente un puesto de funcionario o cargo público. Incluye tanto Presidentes o ex presidentes que no sean considerados “líderes populares”
ideología política	Lo que es caracterizado como populista es una ideología, ideario
Políticas públicas	Ciertas medidas o políticas son las calificadas de populistas
La izquierda	Sector del espectro político asociado a ciertos valores progresistas y la igualdad o justicia social
Cultura populista Personalidad religiosa	Ideas y valores que hacen referencia a la existencia de una cultura populista El referido es una personalidad de la comunidad religiosa
NOMBRE PROPIO REFERIDO	Nombre del actor, individual, colectivo, políticas públicas concretas
REFERENCIA GEOGRAFICA	País o región. Global en el caso de que se refiera en general, sin una región o país específico.

Tabla 2: Oferta online de La Nación 1996-2019

	1996-1997	1998-1999	2000-2001	2002-2003	2004-2005	2006-2007	2008-2009	2010-2011	2012-2013	2014-2015	2016-2017	2018-2019	Total
Oferta online La Nación	949	2381	2222	2262	2419	2524	2634	2506	2611	2328	4250	3286	30371

Aclaraciones y comentarios generales:

La base de datos original utilizada para este trabajo de investigación recopila todos los artículos online de La Nación que contienen la palabra “populista” o “populismo” desde 1996

a 2019. En total, cuenta con 9962 artículos e incluye todas las secciones que el diario posee durante todos esos años. Esta base no es realizada por quien desarrolla esta tesis, sino por Franco Galeano, estudiante de posgrado la Maestría en Ciencia Política, quien brindó su consentimiento para que sea utilizada en esta tesis. El análisis de contenido no se realiza sobre toda la población de mensajes, sino que se efectúa sobre una muestra. La selección de la misma puede realizarse siguiendo diferentes tipos de muestreos probabilísticos. En este trabajo se utiliza el muestreo aleatorio simple: la muestra de contenidos se escoge mediante el azar para que cada elemento de la población posea la misma probabilidad de ser incluido (Igartua Perozans, 2006).

Antes de realizar el mismo, se decide que la muestra debe representar aproximadamente un 10% de la base total, por lo que requiere tener 900 artículos. Para seleccionarlos de forma aleatoria, se lleva a cabo el siguiente procedimiento: en primer lugar, con el objetivo de hacer más sencilla la codificación, esos 900 artículos finales a obtener se dividen en tres bloques de 300. Luego, cada bloque de 300 se divide por 9962, el número total de artículos de la base original. Esto da como resultado 33, por lo que los artículos de la muestra son seleccionados de la base total de 33 en 33. Dicho de otra manera, se escoge el primer artículo de la base (fila 1), luego a esa fila se le suma 33 y se escoge el artículo de la fila 34, a ese número se le agrega 33 y se llega al artículo de la fila 67 y así sucesivamente hasta completar los 300 artículos. Lo mismo se realiza con los otros dos bloques. Una vez finalizado esto, se los une a una misma base y ésa es la muestra de 900 artículos que se analizará.

Es importante aclarar que la muestra incluye todas las secciones del diario a lo largo de los años y que las cartas de lectores, si bien forman parte del número total de la base original, no se tuvieron en cuenta a la hora de armar la muestra y codificar. Si el conteo de 33 en 33 cae en una de ellas, se saltea a la fila siguiente. Sin embargo, las mismas se analizaron por separado, como otra parte del desarrollo de esta tesis, ya que es interesante observar qué frames construyen las personas que escriben a La Nación sobre el populismo. Existen en total 562 cartas de lectores, de las cuales se codificaron 30. Para esto se sigue el mismo proceso aleatorio descrito anteriormente para la muestra: el total de cartas de lectores dividido 30 da como resultado 18,7, por lo que la construcción se realiza de 18 en 18.

Chequeo de fiabilidad del proceso de codificación:

La calidad de una investigación bajo la metodología de análisis de contenido depende en gran parte de qué tan fiable es el proceso de codificación. Éste debe ser objetivo para que las mediciones sean confiables y requiere que distintos analistas ejecuten el proceso siguiendo el libro de códigos y las mismas reglas de clasificación y operacionalización.

El índice más simple para evaluar la fiabilidad intercodificadores es el coeficiente de acuerdo o porcentaje de acuerdo observado (PAo). El mismo mide el grado de acuerdo, tanto en proporción como en porcentaje, a partir de tener en cuenta el número total de acuerdos alcanzados entre dos codificadores (A) sobre el total de unidades analizadas (n) (Igartua Perozans, 2006). Es decir, el cálculo es el siguiente: A/n . El nivel de acuerdo mínimo que se debe alcanzar es 80% (Igartua Perozans, 2006). Éste es el índice utilizado en esta investigación.

Para alcanzar la mayor fiabilidad posible, en primer lugar se solicita a otra profesional de la Ciencia Política y la Comunicación que codifique 60 de los 900 artículos totales de la muestra. Una vez realizado, se procede a ejecutar el cálculo del porcentaje de acuerdo observado para cada variable que pueda tener variación en los resultados ($A/60$). Es decir, se dejan de lado las que necesariamente hay acuerdo más allá de quién lo codifique. Éstas son: títulos, fecha, url, sección, palabra búsqueda y autor nota. Todas las demás son sometidas al cálculo explicado anteriormente y los resultados son los siguientes:

- a) En las variables **Hablantes con nombre propio, Dirección, Referidos con nombre propio y Referencia geográfica o regiones**, se alcanza el 100% del acuerdo.
- b) En la variable **Frames** se alcanza un acuerdo de 84%
- c) En la variable **Tipo de nota** se obtiene un acuerdo de 83%
- d) En la variable **Tipo de hablante** se obtiene un acuerdo de 93%
- e) En la variable **Referido genérico** se alcanza un acuerdo de 83%

Los resultados demuestran que el proceso de codificación es viable, no está sesgado por interpretaciones personales y que las conclusiones extraídas son confiables.