



Responsabilidad Social y Medios de Comunicación:  
El rol del periodismo

Victoria Inés Jasler

*Dedicado a mis hermanos,  
a mi mamá que es mi sostén,  
y especialmente a mi papa, que desde allá,  
estoy segura, está feliz y muy orgulloso.*

Quisiera agradecer especialmente a mi Tutora María Laura Porrini, por brindarme su ayuda con dedicación y paciencia.

## Índice

Índice.....	3
Introducción.....	4
Marco Teórico.....	9
RSE y Medios de Comunicación.....	19
La televisión y sus contenidos. Concepciones y Funciones.....	21
Medios de Comunicación Estatales.....	22
Desarrollo de la Televisión Argentina: La historia y sus contenidos.....	28
Canal Siete. La televisión Pública.....	33
Periodismo Socialmente Responsable.....	44
Análisis del objeto: Noticiero “Visión 7”.....	51
Hallazgos del estudio:.....	56
CONCLUSIONES.....	65
REFLEXIÓN FINAL.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	68
ANEXOS.....	71

## **Introducción**

***“Los medios de comunicación no son meros observadores, críticos, mediadores o promotores del control social en el escenario de la RSE (...) Para lograr sus actividades los medios de comunicación se organizan en empresas, y éstas, en cuanto tales, también deben ser evaluadas en lo que respecta a sus prácticas socialmente responsables”.***  
***(Fundación Avina, Andi; Instituto Ethos. 2007)***

---

En los últimos años, la Responsabilidad Social se ha convertido en un punto de interés y preocupación en el ámbito empresarial a nivel mundial.

Particularmente, en Argentina, la tendencia empresaria de creación de Planes empresarios orientados hacia intereses y necesidades sociales, ha encontrado su punto más alto a raíz de la crisis económica sufrida en el año 2001, momento en el cual comienza con su Etapa Expansiva. Para llegar a esa situación, se presentaron diversos factores los cuales alteraron el contexto existente y dejaron el campo propicio para el desarrollo de la RSE.

Por su parte, la sociedad cambió de paradigma otorgándole otro sentido y responsabilidad a las empresas privadas. Es decir, el Estado estaba en crisis y no estaba en condiciones de brindar las respuestas necesarias para atravesarla. En ese vacío existente, la población comenzó a depositar sus exigencias y expectativas en las empresas considerándolas como un agente generador de riquezas en medio del estancamiento.

Es por eso, que desde el punto de vista del empresariado, la crisis marcó un momento de reflexión sobre su rol como ciudadano corporativo frente a la caída de los índices de confiabilidad y a la mala imagen relativa como sector, lo cual concluyó en el replanteo de sus estrategias para afrontar las dificultades en cuanto a su rentabilidad y sostenibilidad en el ámbito económico y por supuesto, para recuperar la confianza y la legitimidad como sector generador de riqueza pero también de valor para la comunidad.

En ese momento, los medios de comunicación jugaron un importante papel en la transmisión de información e ideas, pero por otra parte, asumieron la tarea de brindar parte de su espacio comunicativo a sectores –en este caso lo más perjudicados por la crisis- para que dieran a

conocer su situación y de alguna manera contribuir en la búsqueda de soluciones. Es decir, los medios de comunicación también asumieron un rol socialmente responsable.

No podemos dejar de lado, el hecho de que un medio de comunicación -ya sea el caso de un canal de televisión, un diario o una radio- es una empresa privada de entretenimiento inmersa en el sistema de mercado y no deja por lo tanto, de depender de los gustos de un público que lo sintoniza.

Sin embargo, los medios de comunicación cumplen una función distinta y a nuestro criterio bastante relevante, ya que funcionan como transmisores de información para la sociedad de la que forman parte y como tal son formadores de opinión.

Con esto no decimos que el público es una masa para ser moldeada al compás de los medios de comunicación, sino que recalcamos el poder que han adquirido en someter ideas al debate o por el contrario censurarlas para los ojos de la sociedad. Es decir, son una ventana por donde un oyente, lector o televidente, puede enterarse -o no- en gran medida de lo que pasa a su alrededor y en los rincones más alejados del mundo.

Podríamos decir entonces, que el rol que asume un medio de comunicación tanto en la información que brinda como en la que no, y en la forma en que da a conocer ciertas situaciones, está ligado de alguna manera a su Responsabilidad Social.

Pero ¿cuales son las “Responsabilidades” que debe asumir una empresa? Cualquier empresa pero particularmente un medio de comunicación. El término “Triple Bottom Line” o Triple Línea de Resultados: Económicas, Sociales y Medioambientales (Elkington, J, 1997) ayudan a dilucidar este cuestionamiento. Es decir que la empresa debe buscar como fin el beneficio no sólo económico sino incluir las dos variantes mencionadas.

Por otra parte, Carroll (Carroll, 1991) también propone -en cuanto a las limitaciones- dividir el término en cuatro dimensiones que por orden de importancia son las siguientes:

- 1) Responsabilidad Económica
- 2) Responsabilidad Legal
- 3) Responsabilidad ética
- 4) Responsabilidad Discrecional.

Para esta investigación tomamos como objeto de estudio un caso particular que ofrece características especiales, entre las cuales, una sería que dentro de su “Dimensión externa” (Libro verde de la Comunidad Europea) siguiendo el orden propuesto por Carroll, las Responsabilidades se invierten. Es decir, la Responsabilidad Discrecional –entendiendo por ésta: las actividades de acción social, voluntarias, filantrópicas o altruistas- impera sobre el fin del lucro, sin que ésta entidad deje por eso, de ser una empresa inmersa y ligada a las leyes del mercado.

Tal es el caso de Canal 7, Empresa del Estado. Teniendo en cuenta que es un medio masivo Estatal de comunicación, que tiene un alcance a todo el territorio nacional y es de acceso gratuito, consideramos que está en su esencia y tendría que ser su misión, generar contenidos donde el principal objetivo sea la transmisión de valores culturales para la formación de ciudadanos y no la intención de acoplar clientes.

En una sociedad mediatizada como en la actualidad existe, el periodismo dentro de la estructura mediática, es una de los ejes mediante el cual podemos acercarnos de algún modo a la Responsabilidad Social que un canal televisivo ejerce. Podemos distinguir su identidad ya que a través de él se refleja la ideología, las posturas y hasta el compromiso con la comunidad que lo rodea.

El desafío que se plantea para los medios de comunicación es saber conjugar una gestión comercial y de entretenimiento con la responsabilidad social, beneficiando de este modo tanto su empresa como a la sociedad en su conjunto. Los contenidos de la programación que luego vemos a través de la pantalla son el reflejo si ese desafío pudo superarse o no.

Entonces, teniendo en cuenta los procesos de Generación y Difusión de contenidos; ¿asume el periodismo de canal 7 modalidades de gestión socialmente responsables? Esa pregunta guiará el eje de esta investigación siendo su objetivo general.

Para ello, en primera instancia y tomando como base la definición formulada por el Instituto brasilero Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, armaremos nuestro propio concepto de manera que se adapte a los lineamientos que debiera seguir un canal de televisión estatal para que los contenidos que transmite, sean socialmente responsables.

Como objeto de estudio, seleccionamos el noticiero “Visión 7” que emite Canal Siete, de lunes a viernes a las 21.00 horas.

Tomaremos como base teórica el Manual de conceptos básicos e indicadores de Responsabilidad Social empresaria desarrollado para periodistas (Instituto Ethos y Rede Ethos de Jornalistas, 2005), el estándar de certificación de la calidad específicamente dedicado a la industria audiovisual (televisión, radio e Internet): ISAS BC 9001, además de ciertas características del Periodismo Social (Cytrynblum, A. 2004.) y examinaremos las siguientes variables en el momento de DIFUSIÓN.

Por una parte, analizaremos el contenido propiamente dicho de cada noticia en particular. En este caso, variables a tener en cuenta serán: el enfoque general abordado para dar a entender la noticia, el valor del contexto, la existencia –o no- de valor agregado para el televidente en cada noticia presentada y las fuentes consultadas.

Además, en esta instancia, teniendo en cuenta los lineamientos demarcados en nuestro propio concepto de Responsabilidad Social Empresaria aplicada a un medio de comunicación estatal, enfocaremos la atención en analizar el compromiso de Canal Siete en difundir contenidos que reflejen la independencia y exactitud de la información, contenidos creativos, educativos y de calidad que respeten el pluralismo, la diversidad y que promuevan la democracia.

Por otra parte, se realizará un análisis estadístico determinando la distribución temática de las noticias presentadas, como así también el tiempo que se le dedica a cada hecho.

Para alcanzar los objetivos planteados en esta investigación, nos basaremos en la utilización de las técnicas de investigación de análisis documental y en la observación del programa televisivo seleccionado como objeto de estudio.

La primera de ellas permitirá obtener datos e información a partir de documentos que, por su contenido, nos darán un mayor acercamiento a la base teórica sobre el tema. Los principales instrumentos a utilizar en este caso, será el material generado por Organismos Internacionales; tales como la Organización de las Naciones Unidas y/o la Comisión Europea, por la Administración Pública Nacional y regional, además recurriremos a las investigaciones realizadas por Organizaciones No Gubernamentales especializadas en RSE, tales como el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, entre otros, a estadísticas, en la prensa, en Internet, boletines y archivos. Por supuesto, incluiremos literatura sobre RSE y sobre medios de comunicación, contenidos televisivos, etc.

Mediante la observación del objeto de estudio podremos analizar la segunda y última gran etapa que atraviesan las noticias, es decir la Difusión. Esto quiere decir la información tal cual llega a los ojos del televidente.

Esta investigación estará estructurada en fases de manera de sistematizar y organizar la información. Las fases son:

Fase 1- Realización del análisis documental.

Fase 2- Observación del programa televisivo seleccionado

Fase 3- Diseño de los guiones de entrevista y realización del trabajo de campo

Fase 4- Análisis del trabajo de campo

Fase 5- Redacción del informe final de tesis

### **Marco Teórico**

Para este trabajo, tomaremos como base conceptual la definición propuesta por el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social:

*La RSC es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad: preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales". (Instituto Ethos. Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria para Pymes 2005. Gráfica Pugliese Sena. Pág. 14)*

Si bien cada realidad -tanto de un país como de una Organización- presenta sus características propias, a la hora de armar el concepto de RS existen elementos comunes que comparten mucho de las definiciones:



## **Historia de la RSE**

En una primera etapa clásica, Adam Smith (Siglo XVIII) formula su Teoría del Mercado de competencia perfecta según la cual, el libre juego de la oferta y la demanda y la búsqueda privada de la ganancia monetaria no sólo no disolvía la cohesión social, sino que, además, suponía la solución más apropiada para la pobreza. La maximización del valor para el accionista ha representado la expresión más avanzada de este enfoque de mercado, según el cual, el beneficio colectivo se alcanza desde la maximización del beneficio individual, en un mercado sin intervenciones de tipo institucional.

A raíz de esa búsqueda de lucro “a cualquier precio” característica implícita en la era industrial, comienza el debate sobre la necesidad de contar con una legislación laboral y ambiental que limitara la explotación de trabajadores y la destrucción de los recursos naturales en nombre del desarrollo económico. En este periodo, la RSE se relaciona con el respeto a ciertos Derechos Humanos básicos, pero con la particularidad que luego se modificaría, estaba circunscripta al cumplimiento de la legislación vigente.

Sin embargo, fue en el año 1889, cuando se planteó por primera vez que las empresas deben actuar como administradores de la riqueza para el bien de toda la sociedad, así como también las personas adineradas. Estos serían los gérmenes de la idea de la R.S<sup>1</sup>.

Más adelante, Carroll considera al periodo 1950-1960 como la “Etapa Filosófica” de la R.S, porque se trata de delimitar específicamente qué es la Responsabilidad Social Empresaria como concepto abstracto, al tiempo que se replanteaban los fines propios de la empresa y de la economía. (Carroll, 1999).

Llegando a la década del `70, continúa la misma visión sobre la empresa -propuesta esta vez por el premio Nobel, Milton Friedman, que consideraba que el objetivo principal de las empresas era maximizar y optimizar sus beneficios económicos.

A través de los años, ciertos hitos históricos como la caída del Muro de Berlín y cambios tecnológicos generaron procesos que en conjunto contribuyeron a la consolidación de la RS. En un capitalismo que ya no conoce fronteras se acentúan las diferencias -entre e intra- regiones y generaron brechas sociales y económicas enormes que, asociadas a la creciente degradación

---

<sup>1</sup> Documento AECA. Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. 2003 [www.iarse.org.ar](http://www.iarse.org.ar).

medioambiental, implicaron un cambio en la concepción de la empresa en pos de su legitimidad y continuidad.

Reforzando la idea de que el movimiento de RS es contextual, podemos evidenciar que la concepción del fin último de la empresa, y de los medios para alcanzarlo, tuvo expresiones bien diferenciadas en las distintas regiones del planeta. En cada caso se configuró base a las problemáticas específicas de cada región.

Por un lado, las preocupaciones europeas se centraban en los derechos de los trabajadores o en cuestiones ambientales; en Estados Unidos la RSE giraba en torno a la ética en los negocios, los valores corporativos o la gobernabilidad, y en el caso de Japón, los avances en materia de RSE han estado vinculados al “mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo mediante el impulso de su enfoque de Calidad Total. Este último, si bien está dirigido especialmente a la satisfacción del cliente, ha puesto atención en los aspectos humanos, como las condiciones internas de trabajo en la empresa, que permiten un adecuado trabajo en equipo (círculos de calidad) y motivan a la participación de los trabajadores en los procesos decisorios”. (Cardozo Brum, 2003).

Sin ir más lejos, en América Latina -un continente marcado por crisis económicas e institucionales-, estas últimas afectando básicamente a la confianza del pueblo, la RSE se vinculó desde un principio a la filantropía, erigiéndose al mismo tiempo como una condición de legitimidad y de continuidad del negocio.

No obstante, con el paso del tiempo la RSE madura y se consolida gradualmente. Con esto, dejó de ser un complemento a la función de las empresas (un añadido social a la función económica) para convertirse en un modo integral y estratégico de gestión.

Resumiendo, factores como la globalización, el neoliberalismo, la tecnología de avanzada, forjan como contrapartida en la sociedad conciencia de sí misma y de lo que la rodea y surgen así, con más fuerza, las ONG's especializadas en medio ambiente, derechos del trabajador, derechos humanos y demás. El comportamiento de las empresas dejó de ser solamente interés de sus accionistas y comenzó a formar parte de la agenda social más amplia y también, de la agenda mediática.

### **Antecedentes en Responsabilidad Social**

Haciendo un poco de historia podemos señalar que los primeros pasos concretos en RSE se dieron en la década del '80, momento en el que se crearon fundaciones empresarias que, inicialmente, respondían a motivaciones filantrópicas, pero que luego se abocaron a perfeccionar los modelos de inversión. En la siguiente década comienza a visualizarse un mayor compromiso del empresariado con el medio ambiente y surgen las primeras investigaciones y seminarios sobre RSE promovidos por Fundaciones Empresariales y Centros Académicos. Específicamente, en el año 1992 se crea el CEADS (Consejo Empresario para el Desarrollo Sostenible).

En 1995 nace el Grupo de Fundaciones (GDF) -que hoy agrupa a las principales fundaciones empresarias del país-, y en 1999 AMCHAM lanza la primera edición del Premio “Ciudadanía Empresaria”, que contribuye a difundir las mejores prácticas en materia de inversión social privada y ciudadanía empresarial.

Durante ésta década nace también, el Proceso de Certificación ISO. En setiembre de 2000, las principales fundaciones empresariales de Córdoba -junto a la Universidad Católica de esa provincia- idearon las primeras Jornadas Nacionales del Centro de la República sobre Ética, Negocios y Comunidad, donde se abordaron numerosos paneles sobre RSE y se describieron las experiencias de las asociaciones que promovían la temática en nuestro continente. Este, constituye uno de los primeros antecedentes de importancia -y alcance nacional- en materia de Responsabilidad Social Empresaria.

Todos los acontecimientos mencionados conforman lo que podríamos denominar como la Etapa de Gestación de la RSE, donde el tema se empieza a debatir cada vez más en el ámbito empresarial.

Actualmente, en Argentina, existe un paraguas de instituciones muy diversas que rápidamente han incorporado el tema, con distintas ópticas y grados de involucramiento. A la vanguardia se ubican GDF, Fundación Compromiso, IDEA, CEADS Argentina, Fundación Fraternitas de Rosario, SEKN, IARSE, Universidad Católica Argentina, las fundaciones SES, El Otro, etc.

A escala internacional, entre los principales hechos que contribuyeron a esta consolidación de la RSE como forma de gestión destacan los siguientes:

1992: Se realiza la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medioambiente y Desarrollo en Río de Janeiro, en donde se materializa la Agenda 21.

1993: Lanzamiento de la certificación ambiental ISO 14000, que forma parte de una familia de normas que se refieren a la gestión ambiental aplicada a la empresa, cuyo objetivo consiste en la estandarización de formas de producir y prestar de servicios que protejan al medio ambiente. En el mismo año se funda el Forest Stewardship Council (FSC), que fomenta el uso sustentable de áreas forestales.

1996: Creación de los British Standards (BS 8800), destinados a certificar la gestión de seguridad y salud en el trabajo.

1997: Surge GRI (Global Reporting Initiative), cuyo objetivo es instaurar y homogeneizar una metodología que facilite el reporte de las actividades de las compañías atendiendo a su impacto económico, ambiental y social. Ese mismo año se formaliza el Protocolo de Kioto (Conferencia de Naciones Unidas).

1998: Entrada en vigor de la norma SA 8000. Social Accountability 8000 constituye una norma internacional destinada a asegurar la producción ética de bienes y servicios. Se trata de una norma voluntaria que puede aplicarse a cualquier organización o empresa en el campo industrial.

1999: El Secretario General de la ONU lanza el Pacto Global entre las Naciones Unidas y el empresariado mundial con el objetivo de salvaguardar un crecimiento económico duradero, mediante la promoción de un conjunto de valores universales considerados fundamentales para satisfacer las necesidades humanas, que se agrupan en 4 grandes áreas:

Áreas	Principios
<b>Derechos humanos</b>	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos 2. No ser cómplices de los abusos de los derechos.
<b>Ámbito laboral</b>	3. Apoyar los principios de libertad asociativa y sindical y el derecho a la mediación colectiva 4. eliminar el trabajo forzoso y obligatorio 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil. 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.
	7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.

<b>Medio Ambiente</b>	8. Promover mayor responsabilidad medioambiental.
	9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente
<b>Anti-corrupción</b>	10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en toda forma, incluidas extorsión y criminalidad.

(Organización de las Naciones Unidas. Pacto Global. 2000)

**Mas adelante:**

En 1999 se crea la Occupational Health and Safety Assessment Series (OHSAS 18001), se aprueban los Principios de Gobernabilidad Corporativa de la OCDE y se lanza la AA1000, serie de normas que contiene los principios, procesos y guías prácticas para el desarrollo de informes corporativos de sustentabilidad social y ambiental.

2000: GRI presenta sus primeras Directrices para reportes de sostenibilidad, utilizadas hasta la fecha por más de 950 compañías para la presentación de sus Balances Sociales. Ese mismo año se realiza la Cumbre del Milenio, de dónde surgen las Metas del Milenio y se publican los primeros Índices de Desarrollo Humano (IDH) del PNUD.

2001: La Comisión Europea publica el “Libro Verde” cuyo propósito es fomentar un marco europeo para la RSE.

2004: Se realiza en Estocolmo una Conferencia Internacional de ISO que culmina en la decisión de crear una norma de responsabilidad social para el año 2008: la ISO 26.000<sup>2</sup>.

2005: Entra en vigor el protocolo de Kyoto en 141 países, con su consecuente impacto sobre las empresas, obligando a los firmantes a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero antes del año 2012.

2006: Global Reporting Initiative lanza G3, la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, constituyendo un marco unificado para informar el desempeño económico, social y ambiental de las empresas. Este mismo año se difunde el Informe Stern, centrado en las consecuencias económicas del calentamiento global.

<sup>2</sup> Es importante aclarar que la ISO 26.000 trata de recomendaciones y no de requisitos, no constituyendo una norma certificable (Cañizares Plata, 2006).

Todos estos eventos sucesivos, además de reforzar el concepto originario de RSE, inauguraron un proceso en donde la gestión de la compañía presta especial atención a su impacto en la sociedad y en donde se amplía el espectro de sus objetivos –que trascienden los meramente económicos- y comienzan a trabajar en ámbitos que hasta ahora eran exclusivamente del Estado.

Podríamos conceptualizar entonces, que la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) surge como un movimiento reivindicativo que toma como punto de partida la consideración de que la empresa se ha convertido en un agente social que genera un impacto en el ambiente en el cual está inserto. Es decir, tanto sus actuaciones u omisiones generan un efecto en la comunidad que la rodea. El efecto -positivo o negativo- dependerá de la estrategia diseñada a seguir.

Resumiendo, el concepto y la práctica de la RSE han ido evolucionando en forma gradual y progresiva hacia un modo de gestión estratégica de la empresa que, al tener en cuenta el impacto global de la actividad económica en la sociedad, va formalizando paulatinamente políticas y sistemas de gestión que consideran aspectos económicos, sociales y medioambientales.

### **Ventajas de ser Responsables**

Podemos señalar que parte de la evolución que ha tenido la Responsabilidad Social tanto en su teoría como en su práctica, fue posible debido a la toma de conciencia sobre el significado particular y el aporte de valor que cobra el ejercicio de la RSE en el desarrollo económico, social y cultural del país; paralelamente al reconocimiento de las ventajas competitivas que conlleva su ejercicio. Entre esas ventajas destacamos:

- ✓ Una mejor imagen de la empresa en la sociedad y, en consecuencia, una optimización de las relaciones entre ambas.
- ✓ Un mayor compromiso con la compañía por parte del público interno y los proveedores.
- ✓ Mayores niveles de fidelización de clientes y consumidores.
- ✓ Una reducción del riesgo empresario asociado a la “ética del cuidado”.
- ✓ Una mejora del clima laboral.
- ✓ La existencia de un entorno socioeconómico favorable para el desarrollo de los negocios (por aquello de que no se puede progresar en sociedades fracasadas)
- ✓ La posibilidad de ingreso a nuevos mercados y de integrar la cadena de valor de grandes compañías.

### **Aspectos a tener en cuenta sobre el concepto RSE**

Tomamos como punto de partido la idea de que el término de Responsabilidad Social es Contextual, es por eso que consideramos que en Argentina, las empresas que quieran implementar gestiones responsables deben adaptarse al entorno latinoamericano actual. Si bien los países europeos más desarrollados en este ámbito pueden ser un camino a seguir, la realidad latinoamericana –tanto su cultura social y empresarial- debe ser tenida en cuenta a la hora de definir e implementar la R.S.

Desde otro punto de vista, para analizar o estudiar la Responsabilidad Social como en el presente trabajo, también es necesario aplicar el relativismo cultural como medio para alcanzar la mayor cercanía a la realidad.

Por último, siguiendo la idea de adaptación del término de R.S, dentro de la Organización propiamente dicha, el “Qué” y “Cómo” hacer debe ser construido a partir del concepto de gestión basado en la responsabilidad, según las capacidades propias de cada una de ellas.

### **Situación actual de la RSE en Argentina**

En Argentina –país donde se atravesaron ciertas crisis sociales y económicas- la RSE se vinculó en un principio a la filantropía. No obstante, con el pasar de los años el movimiento se ha ido reconceptualizando, dejando gradualmente de ser un añadido social a la función económica de la empresa para ir convirtiéndose en un modo integral y estratégico de gestión. Esto, le brinda a las empresas -al mismo tiempo- una condición de legitimidad y de continuidad del negocio.

#### **Un concepto en evolución**

Al igual que en otras disciplinas, los actores involucrados van incorporando nuevas terminologías, en el ambiente empresarial el concepto de RSE se ha instalado y ha evolucionado

con el correr del tiempo. Al ser un término relativamente nuevo, existen discrepancias en la idea a la cual se lo relaciona.

A través de una encuesta<sup>3</sup> (TNS-Gallup y la Universidad de San Andrés, 2005) realizada en el año 2005 entre los directivos de 153 empresas de mayor facturación en Argentina se puede conocer el grado de desarrollo de la RSE. De ella resaltamos los siguientes datos:

El 37% de estos ejecutivos argentinos relacionan la RSE con el respeto a los grupos de interés, mientras que otro 28% la asocia con la sustentabilidad de los negocios. Tampoco falta quien vincule a la RSE con el cuidado del medio ambiente (12%) y con la ética (10%). Todos los temas figuran en cualquier agenda internacional de RSE y que dan cuenta del nuevo mantra de los negocios sustentables.

### **Valores y Ética:**

- El 86% de las empresas afirma contar con un código de ética.
- Se observa una baja difusión de los valores de las empresas en sus memorias y balances ya que sólo el 24% de las empresas los incluyen. La mayoría los difunde internamente, la mitad lo hace en folletos e internet.
- El 56% de las empresas cuenta con un comité responsable de analizar problemas, desafíos o dilemas éticos. En las empresas de capital extranjero la presencia de comités de ética es mayor que en las empresas de capital nacional (63% y 49% respectivamente).
  - El 47% de los entrevistados manifestó que sus gerentes discuten el impacto que genera la empresa sobre la comunidad con “muchísima frecuencia”, y el 11% dice hacerlo “siempre”. Para los órganos de gobierno (directorios) las cifras son levemente menores: el 35% analiza y reflexiona sobre el impacto en la comunidad con mucha frecuencia y el 11% lo hace siempre.

Por otra parte, existen otros indicadores (reflejados en los porcentajes, que a continuación detallamos, que ponen en evidencia como se ha afianzado y ha crecido la modalidad de la Responsabilidad Social en los últimos años en Argentina.

---

<sup>3</sup> Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial. en la Argentina (Año 2005) realizada por TNS-Gallup y la Universidad de San Andrés

	1997	2005
Tiene fundación propia (*)	20%	25%
Tienen personal asignado específicamente para la gestión de donaciones (*)	34%	57%
Brindan apoyo al trabajo voluntario del personal (**)	26%	56%
Disponen de un monto anual preestablecido para realizar donaciones (**)	51%	61%
Cuentan con un documento escrito sobre sus políticas o criterios de donación (**)	25%	42%
Poseen un instructivo o guía para orientar a solicitantes potenciales de donaciones o aportes (**)	7%	16%
Se encontraban en condiciones económicas para hacer mayores donaciones que las que hicieron (**)	36%	35%
Realizaron aportes en conjunto con otras empresas o donantes (**)	27%	53%
Estarían interesadas en hacer donaciones conjuntas (***)	37%	54%

(Encuesta de RSE en la Argentina realizada por TNS-Gallup y la Universidad de San Andrés, 2005)

En base a estos resultados, en donde se muestra que uno de cada cuatro empresas tiene una fundación, que más de la mitad tiene personal y un monto anual establecido específicamente para donaciones, podemos deducir que el hecho de que la RS esté incluida dentro de la estructura de la empresa y es el reflejo de que el empresariado actual estaría cambiando el concepto de “Contribución” por el de “Integración” a la comunidad.

Esto es mucho más que un cambio de palabras porque la integración lleva implícito compromiso, y no sólo estaríamos hablando de una mezcla de un dar y recibir.

## **RSE y Medios de Comunicación**

Uno de los vehículos por donde el término de RSE puede llegar a la comunidad en general es, por supuesto, a través de los medios de comunicación. La difusión que ellos le den será vital para la instalación de éste. Sin embargo, dependerá de cada medio y de la manera que éste entienda y construya el término de Responsabilidad Social, el resultado final que llegará al público.

Existen variables que influyen en la construcción del concepto de Responsabilidad Social, como por ejemplo:

- Cual es la definición que se le otorgue a R.S.
- Cual es el medio que lo difunde.
- La profundidad que se le dedique al tema.
- En dónde se pone el eje de la información (en una empresa, en la comunidad, en la acción misma, un evento, etc.).

La cobertura sobre RSE en medios gráficos nacionales, durante el periodo 2005/2006 fue investigada por la Organización Wachay con el apoyo del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) y la Fundación AVINA.

Como primer punto, de ese informe, se desprende que la Responsabilidad Social Empresaria no es un tema prioritario dentro de la agenda mediática, ya que en más de 2000 ejemplares leídos sólo se extrajeron 365 artículos relacionados con este tema.

En el siguiente punto, radica una de las causas de la confusión que existe en la distinción entre Filantropía y Responsabilidad Social ya que se evidencia que los medios son los que no producen información correcta. Muchas veces confunden a la RSE con los conceptos de caridad, filantropía, voluntariado o inversión social.

Sin embargo, debemos aclarar que la Responsabilidad Social Empresaria implica la puesta en marcha de Programas Integrales (debidamente planificados, ejecutados, monitoreados y auditados) en áreas que involucran las relaciones con empleados, el desarrollo de la comunidad, las prácticas de mercado, la responsabilidad fiscal, el cuidado del medio ambiente; entre otras temáticas vinculadas.

Cerca del 44,5% de las noticias aparecidas en los medios argentinos durante el período relevado, vincula la RSE con actividades asociadas principalmente con la filantropía y/o la inversión social.

Como mencionamos anteriormente, no todos los que comunican lo hacen de la misma manera ni tampoco en la misma proporción. Es así que más de la mitad de las noticias fueron publicadas por un solo diario: Infobae.

Ligado a esto, el informe demuestra que las notas están apuntadas a públicos especializados que tenga previo conocimiento sobre el mismo, y a la mayoría de las noticias vinculadas con RSE aparecieron en la sección Responsabilidad Social (46,8%), que sale de lunes a viernes en el mencionado diario. En el resto de los diarios la sección con más noticias de RSE fue la de Economía (12,6%). En menor medida fueron publicadas en la sección Sociedad (5,8%).

Si bien por el momento no existe un gran caudal de notas en donde se haga hincapié en generar un análisis crítico y un debate sobre la RS, si presentan una mirada positiva. En el 97,3% de los artículos no se han mencionado críticas al concepto.

Además, en lo que se refiere al contenido de las notas, sólo en el 18,9% de los casos el foco central de la noticia correspondía al concepto de RSE. Es decir, que podemos percibir que el tema es tratado con poca profundidad y en el 44,4% de los casos el tratamiento del concepto es sólo lateral, al nivel de una línea dentro del artículo.

Por ultimo, tampoco se difundieron debidamente las iniciativas a nivel mundial como el Pacto Global y Las Metas de Desarrollo del Milenio, ni se encontró importante cantidad de material publicado sobre movimientos globales como el Comercio Justo y el Consumo Responsable, entre otros.

## **La televisión y sus contenidos. Concepciones y Funciones**

La televisión en Latinoamérica, ha seguido rumbos paralelos en muchas ocasiones. En otras tantas, la situación externa y particular de cada país fue inclinando los estilos hasta darle una identidad propia y reconocible. Sin embargo, como conjunto la televisión en Latinoamérica simultáneamente ha sido y es varias televisiones: una televisión-lenguaje, una televisión-medio, una televisión-cultura, una televisión-referente, pero sobre todo una televisión-mercado y una televisión-política. (Lorenzo Vilches.1999)

Dentro cada una de estas dimensiones, la televisión ha causado diversos efectos, dependiendo siempre de la situación y el contexto al cual pertenece. Podríamos decir entonces, que la televisión aparece con gran evidencia como una fusión de formas culturales y de instituciones sociales que la preceden. Por ello, los mensajes de la televisión sólo pueden comprenderse a través de las formas culturales y las competencias (de los espectadores). (Lorenzo Vilches, 1999). En este marco, las certezas y creencias pueden replantearse y hasta incluso venirse abajo, la diversión ha cambiado sus formatos e incluso las ideologías se han cuestionado.

En ésta región, la televisión como medio y mercado se ha ido consolidando como una de las industrias más importantes. En algunos casos, de la mano de gobiernos de turnos (Chile, México), en otros, de manera independiente.

En el panorama actual coexisten, al lado de la televisión comercial predominante en cada país, canales no lucrativos, o canales comunitarios y temáticos domésticos, cuya existencia habla más que de una alta penetración en las grandes audiencias nacionales, de una vocación de servicio público que perdura con una voluntad de mantener algunas opciones abiertas para la explotación cultural y estética programática.

Este tipo de canales, que podríamos enmarcar dentro de la *televisión cultura*, reflejan un mundo que los demás canales no alcanzan a mostrar, ya sea por falta de interés o porque va en detrimento de sus intereses, es decir, no marcarían determinados puntos de rating lo cual implicaría mayores ganancias.

Sin embargo, la televisión como medio, ha hecho su aporte en masificar la educación y no sólo a niños en edad escolar. Este aparato permite además, tanto a jóvenes como a adultos abrir una puerta a un mundo -que muchos por razones económicas- nunca podrían conocer. Permite a través de una pantalla, acceder a espectáculos artísticos, entrar a los museos, aprender aunque sea una parte de la historia en un programa de una hora, permite enterarse de lo que pasa a nuestro alrededor y en otros lados del mundo en el mismo instante en que sucede.

Desde una posición Apocalíptica –siguiendo conceptos de Umberto Eco (Umberto Eco.1999) se podría argumentar que esta masificación no sólo iría en contra de la cultura sino que además la

perjudicaría bajando el status elitista que las artes deberían tener. Por el contrario, consideramos la masificación de los medios de comunicación como una acción integradora.

La Academia Nacional de Educación, en el año 2007, presentó una declaración donde mostraba su profunda preocupación por la negativa influencia de los contenidos televisivos para la educación de los argentinos. Los hechos criticados se originan en causas diferentes, entre las que se destaca como fundamental la no prestación adecuada del “servicio de interés público” a que están obligados los permisionarios particulares.

Esto nos hace reflexionar sobre como el gigantesco potencial de la televisión-cultura no está siendo explotado.

### **Medios de Comunicación Estatales**

Si bien consideramos relevante el papel que cumplen los medios de comunicación a la hora de difundir la RSE como concepto, como idea y como camino a seguir, lo que nos interesa en este caso, es analizar la propia Responsabilidad Social de un medio de comunicación, específicamente, un canal de televisión estatal.

En base a la Ley Nacional N° 22.815, los servicios de radiodifusión son declarados de interés público, su recepción es gratuita - con excepción de las generadas por los servicios complementarios- y el contenido de sus emisiones propenderá al cumplimiento de los siguientes objetivos:

- a) Contribuir al bien común, ya sea con relación a la vida y al progreso de las personas o con referencia al mejor desenvolvimiento de la comunidad;
- b) Contribuir al afianzamiento de la unidad nacional y al fortalecimiento de la fe y la esperanza en los destinos de la Nación Argentina.
- c) Servir al enriquecimiento de la cultura y contribuir a la educación de la población;
- d) Contribuir al ejercicio del derecho natural del hombre a comunicarse, con sujeción a las normas de convivencia democrática;
- e) Promover la participación responsable de todos los habitantes y particularmente del hombre argentino, en el logro de los objetivos nacionales;
- f) Contribuir al desarrollo de los sentimientos de amistad y cooperación internacionales.

En la historia de los medios, las televisoras alrededor del mundo se han basado históricamente en dos modelos bien diferenciados entre sí: el modelo europeo y el modelo estadounidense. (Mindez L, 2001).

El primero de ellos, es el que tuvo lugar en el continente europeo, donde la mayoría de los países definieron a la radiodifusión como un servicio público que, como tal, debía estar a cargo del Estado. Este modelo fue el que –en teoría- era el ideal y referente para Argentina en su propio territorio.

Mindez, en su libro “Canal Siete. Medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión”, recurre a diferentes investigadores y se basa en un esquema propuesto por Oriol Costa para resumir en ciertos enunciados los conceptos básicos e irrenunciables para la televisión de servicio público:

*En primera instancia –dice- los medios deben  
alcanzar en sentido geográfico, a todo el territorio  
nacional. (L. Mindez 2001)*

Esta Universalidad, también se refiere a la audiencia, entendiéndose que el contenido de los programas ha de estar pensado para todos los intereses y gustos. Se entiende que, dentro de un espacio de tiempo razonable, los programas deben ofrecer una amplia y diversa gama de contenidos (...) en relación con esos dos significados de la universalidad existe un amplio consenso cultural en torno al hecho de que la nación, o la comunidad comparte un fondo común de valores y preferencias que son las que le otorgan su propia identidad. (González Encinar, José Juan. 1996)

En cuanto a su Responsabilidad cultural citando al mismo autor, los programas deben procurar informar y educar de la audiencia, además de su entretenimiento. Es decir que su finalidad es: informar, formar y, solo en tercer lugar distraer. Para hacerlo así, se entiende que los programas deben ser creativos y ofrecer a la audiencia nuevas alternativas, alcanzando un alto nivel de calidad.

La Financiación de los mismos no debe estar subordinada a los índices de audiencia y su control será reglamentado e independiente.

Como dijimos antes, el modelo anterior, fue el modelo ideal, pero en la práctica, dice Mindez, Argentina al igual que la mayoría de los países latinoamericanos, se inclinó desde un principio por seguir el camino de los norteamericanos.

Por su lado, en los estados Unidos, la radiodifusión fue entendida desde un principio como un negocio de libre competencia entre empresas.

A partir del modelo propuesto por Oriol Costa para la televisión europea, Mindez trazó su paralelo para el modelo de Estados Unidos que, resumiendo sería el siguiente:

- Finalidad: maximizar la audiencia (lo que permite aumentar el ingreso por publicidad).
- Propiedad: particulares y empresas privadas.
- Financiación: propietarias de estaciones, empresas productoras y patrocinantes publicitarios.
- Control: tras un desarrollo inicial de competencia desenfrenada por las frecuentes, recién en 1934 se crea la FCC como organismo del gobierno federal encargado del control de las comunicaciones radioeléctricas con autonomía financiera y administrativa. En la práctica, juega un papel secundario, ya que sus observaciones son muchas veces ignoradas por las grandes cadenas y nunca sancionó con fuerza a ninguna de ellas.

En resumen y en palabras de Oriol Costa, “el sistema americano está concebido en torno a la idea de que el producto no es el programa sino el público, el anunciante, es decir, la sociedad privada que quiere transmitir un mensaje publicitario, compra un público o más exactamente, el acceso al público”<sup>4</sup>. Méndez, por su parte agrega que sin embargo, que no hay que olvidar de que el Estado norteamericano reservó una porción del sistema de radio y televisión para el servicio público.

Por lo tanto, este es un sistema mixto irregular, en el que las networks compiten por captar la mayor cantidad de audiencia e ingresos con mínimas obligaciones respecto al servicio, y las estaciones públicas con un presupuesto magro tratan de llegar a todos los rincones del país con programación que atiende los diversos intereses de las minorías.

---

<sup>4</sup> Costa, Pere-Oriol. La Crisis de la Televisión Pública. Paidós, Barcelona, 1986. Pág. 196.

Al llevar este modelo de análisis a la situación actual argentina, encontramos que sus características son similares a las descritas por Oriol Costa (Costa Oriol, 1986) en Estados Unidos, pero en lo que se refiere a los propietarios de los medios argentinos, debemos señalar que son principalmente “Grupos multimedia”, es decir que se han creado grandes grupos empresarios que tienen en sus manos radios, diarios, revistas canales de televisión.

Por otra parte, el control de las emisiones está a cargo del COMFER (Comité Federal de Radiodifusión) que depende de la Presidencia de la Nación y dentro de la esfera de sus funciones están el Control de la Programación, Evaluaciones de Contenido Detección y Sanciones de Infracciones, Detección de Transmisión de Emisoras Ilegales, Inspección de Emisoras, Habilitación de Agencias de Publicidad, Licencias de Radiodifusión, Renovación de Licencias, Cesiones de Licencias de Radiodifusión, Otorgamiento de Exenciones de Gravamen, Formación y Habilitación Técnica y Profesional.

Al igual que se describió el caso norteamericano, en Argentina este Organismo –si bien se compromete en cuanto a la investigación, análisis y trabaja en la promoción de contenidos de calidad, no ha podido imponer su autoridad aún para controlar efectivamente las relaciones y en muchos casos las multas impuestas a los que incumplen las normas resultan insignificantes para –como ya hemos mencionado- los grandes grupos empresarios que privilegian el rating antes que la calidad.

Se podría resumir entonces, de la siguiente manera a la historia de la televisión pública argentina:

*Si en Europa se había optado por el monopolio público como forma de garantizar la calidad de medios democráticos y pluralistas y de evitar la constitución de oligopolios comerciales con un mero fin cremastístico, en Estados Unidos se había privilegiado la libre competencia para desestimar cualquier posibilidad de utilización política de los medios por parte de los gobernantes; Argentina tuvo la habilidad de construir un sistema mixto que conjugara los dos fantasmas: su televisión estatal se constituyó en herramienta propagandística de los gobiernos de turno y, al mismo tiempo, unos pocos e importantes grupos empresariales*

*(Nacionales y transnacionales) se apropiaron de los principales medios privados de comunicación. (L. Mindez 2001)*

### **Críticas a los canales estatales de televisión**

Las televisoras públicas a lo largo de su historia han estado marcadas por ciertas y creencias y/o prejuicios, los cuales al estar presentes en el imaginario social y terminan siendo funcionales a la hora de justificar el funcionamiento actual de los medios estatales y por ende, estancando su avance.

El primero señala que su programación no atiende los reclamos del público masivo, sino que satisface los gustos minoritarios o elitistas de los funcionarios que tienen a su cargo la dirección de la emisora.

Como señala Giuseppe Richeri:

*Este funcionamiento se basa en una “lógica de la oferta”, según la cual la producción y la programación son las funciones soberanas de la televisión. Todo lo contrario de lo que sucede en las emisoras comerciales, en las cuales predomina una “lógica de la demanda”, que tiene su eje en el consumo y su razón de ser en los índices de audiencia que hay que comparar y conquistar”. (Richeri Giuseppe.1994).*

Esta situación en la televisión comercial o privada, termina en generar el círculo vicioso en donde nunca se conoce el principio de la problemática de los contenidos vacíos, livianos y sin valor agregado. La lógica de la oferta o demanda termina siendo “la tiranía” de la oferta o la demanda, ya que los canales comerciales transmiten su programación porque el público lo consume, pero es ahí donde se pierde la raíz. ¿El televidente consume porque no tiene otra oferta interesante y atractiva o el canal transmite porque el público consume? es la pregunta.

No consideramos que la “lógica de la demanda” y la “lógica de la oferta” sean dos variables que funcionan aisladamente o que una excluye a la otra, por el contrario, es importante trabajar sobre ambas simultáneamente. Es decir, los medios pueden, como punto de partida, elevar la

calidad de la oferta y por ende canalizar la demanda en este sentido. Esto, hasta lograr que el nivel de exigencia del público sea cada día mayor. Si bien es posible comenzar este camino a la inversa, desde el consumidor-televidente, resultaría un proceso más complejo y a más largo plazo.

Por otra parte, otra creencia expresa que, mientras la televisión pública genera pérdidas económicas al Estado, la televisión privada obtiene fabulosas ganancias. Sin duda esta situación –cierta o no- tiene entre sus fundamentos a la primera enunciación. Esto dado básicamente por la publicidad y su distribución dependen de la audiencia y donde las empresas lo que buscan es llegar a la mayor cantidad de personas.

Frente a esto, compartimos la idea de Oriol Costa la cual plantea que en la actualidad la diferencia está en que mientras la empresa privada produce básicamente beneficios económicos, la empresa pública de televisión ha de fijar su explotación óptima en la obtención de beneficios sociales.

Sin embargo, luego agrega que tampoco hay que olvidar que en una empresa de televisión la búsqueda de beneficios sociales resulta contradictoria con la obtención de beneficios económicos. Esta afirmación nos resulta meramente negativa y compartimos la posición opuesta.

Además, en el caso de un canal de televisión la rentabilidad no puede ser medida tan solo por el resultado positivo sino que según que como ya hemos afirmado:

*Es necesario tener en cuenta y valorar si la actividad empresarial ha cubierto los fines de la comunicación que constituyen su más importante objetivo. El conjunto organizado de trabajo personal de medios económicos y materiales que se integran en una empresa de televisión, tan solo será rentable (dando a este término su significado mas propio) cuando alcance los objetivos de comunicación colectiva a una real elevación del nivel cultural y al mismo tiempo consiga una explotación comercial optima dentro de la estructura económica que la configure". (Alfonso Nieto y José Tallon.1973).*

Es cierto que muchas acciones que pueda realizar un canal de televisión estatal resultan contradictorias con la lógica del mercado y por ende, produce más pérdidas que ganancias, sin embargo, consideramos que por su misma razón de ser, los medios de comunicación estatales deben apuntar a su explotación óptima siguiendo el concepto de Alfonso Nieto y José Tallon.

El desafío para la televisión estatal es aprovechar el gran caudal de público que los sintoniza a diario y brindarles un *valor agregado* a ello que están viendo.

Finalmente, la última gran acusación en contra la televisión pública, hace referencia a su utilización como herramienta propagandística del gobierno de turno. Es innegable que esta crítica involucra a las dos anteriores. La utilización de un medio de comunicación estatal para transmitir las ideas, acciones y versiones políticas del gobierno de turno ha sido una moneda corriente durante los años de televisión tanto en Argentina como en diferentes países del mundo.

Es aquí donde la Responsabilidad Social tiene que hacerse notar por parte del gobierno y no interponerse en el desarrollo de los medios de comunicación como entes independientes y autónomos, gestionados por personalidades cultas y responsables a su vez.

### **Desarrollo de la Televisión Argentina: La historia y sus contenidos**

La televisión argentina nace en el año 1951, en el marco de la expansión de los medios durante el peronismo. Eva Perón comisionó a Jaime Yankelevich -directivo de LR Radio Belgrano- para adquirir los equipos en Estados Unidos. Es entonces en ese mismo año cuando la televisión comienza a ser funcional ya formar parte de la vida tanto del gobierno como de la población, el 17 de octubre de 1951 –fecha fundamental para el peronismo- , se transmite por el canal estatal "Canal 7" el acto del Día de la Lealtad.

Tomando esa fecha como punto de partida, podríamos agrupar -a grandes rasgos y a modo de resumen- los más de cincuenta años de televisión en Argentina en las siguientes etapas: (Mazzioti, Guillermo Orozco, 2002),

- La etapa estatal experimental, entre 1951 y 1960.
- La etapa de consolidación, 1960-1973.

- la etapa de la estatización, 1974-1983.
- La etapa de la reprivatización, 1984-1994.
- La etapa de la atomización, 1995 – 2002

En la primera etapa, denominada por otro autor como “Prehistórica” (*Nielsen, 2001*) sólo existían 7000 aparatos televisivos diseminados por algunos hogares, bares y negocios de electrodomésticos, pero es ahí cuando se empiezan a importar. El papel protagónico frente a la audiencia todavía lo tenía otro medio de comunicación: la radio. El único canal estatal que existía en ese momento era el 7, que a su vez emitía publicidad comercial. Durante los primeros años transmitía solo algunas horas por día, entre las 18 y las 22 horas. La programación no estaba afianzada en cuanto a la frecuencia de emisión y la duración de los programas que se hacían en vivo.

En 1956 se emiten las primeras series norteamericanas, y también comienzan a venderse aparatos fabricados en el país. Se calcula que la televisión llega a 100.000 hogares porteños. (*Portales. 1987*)

Esta etapa será clave para el futuro de la televisión, porque es allí cuando se definen los géneros y formatos de programas sobre los que se construirán los contenidos hasta nuestros días. Desde la radio llegarán los actores y actrices, guionistas, locutores, técnico para adaptarse y trabajar en este nuevo ámbito. Aparecen los teleteatros (denominación argentina de telenovela), humor, comedia, deportes, entretenimientos, musicales, periodísticos.

En 1957 un nuevo decreto-ley regula la futura aparición de canales privados. En el año siguiente surge la primera publicación especializada en el medio, la revista Canal Tv.

### **Etapa de consolidación 1960-1973**

Esta es una etapa de expansión, creación y crecimiento sostenido hasta que tiene un final abrupto. Por ley en el año 1957 estaba prohibido que los capitales extranjeros fuesen propietarios de canales de televisión y que existieran sistemas de cadenas en la Argentina. Por ese motivo, surgen en el interior del país una cantidad importante de televisoras independientes, propiedad de una familia y con el apoyo tecnológico de uno de los canales capitalinos. Las cadenas norteamericanas ABC, NBC y CBS se asocian con los canales locales de Buenos Aires. Durante 1960 se dan una serie de acontecimientos importantes. En abril de 1960 surge Canal 12 de Córdoba, en junio Canal 9 de Buenos Aires, presidido por Kart Lowe, empresario de origen alemán, vinculado a la publicidad cinematográfica.

En octubre del mismo año comienza a emitir Canal 13, con Goar Mestre a la cabeza y un equipo de quince técnicos huidos de la revolución encabezada por Fidel Castro. En Cuba era El objetivo de Mestre - dueño de la más importante cadena de televisión de la de la isla “TV CMQ” con siete estaciones de radio y siete de televisión-fue realizar una programación que pudiera ser vista por toda la familia.

A partir de ese momento, comenzará una era de competencia entre los canales 9 y 13 que llevará un aumento de la programación en vivo. La tasa de programación extranjera descendió al 35% entre 1965 y 1972 en los principales canales. Portales habla de una “fase competitiva de amplia dependencia externa” entre 1960 y 1965 y una fase “competitiva argentinizante” entre 1965 y 1974.<sup>5</sup> (Portales. 1987)

Precisamente “en la tensión generada por la actividad de dos grandes personalidades (Mestre y Romay) (...) se desarrolla lo mejor de la historia argentina, para algunos la época de oro, concluida en 1974 con la traumática caducidad de las concesiones de las licencias”. (Nielsen. 2001).

Con la Revolución Argentina (1966-1973) disminuyen considerablemente los recursos de financiación de la televisión en el país, debido a que el gobierno de facto, las televisoras norteamericanas retiran sus inversiones.

En 1966 sale al aire el Canal 2, que transmite desde La Plata, y en 1970 Héctor Ricardo García, empresario periodístico, propietario del popular diario Crónica, compra el Canal 11.

Si bien, esta etapa constituye una notable expansión para la televisión y fue el reflejo de la intención de hacer de la TV una industria destacada, (Sirvén, 2001) también es cierto, que pudo haber sido mejor explotada. “En ello influyeron factores tales como la caducidad de las licencias de los canales, las complicaciones de la economía argentina y posteriormente, la dictadura militar. Todos ellos, echaron por tierra las expectativas que podrían haberse generado”<sup>6</sup>.

### **Los años 1969-1971**

Este corto período de tres años, es considerado como una “zona bisagra”, en donde Argentina ya cuenta con el equipamiento tecnológico (en 1969 se establece la comunicación vía satélite) y una gran diversidad de producción, aunque predominaba la ficción.

### **La estatización. 1974-1984**

---

5

<sup>6</sup> Historias de la televisión en América Latina. Coordinador Guillermo Orozco. Nora Mazziotti; P. 32; Editorial Gedisa. Barcelona.2002.

En octubre de 1973 se lleva a cabo la intervención de los canales. Un año antes, durante la dictadura del General Lanusse, se derogó el artículo referente a las licencias otorgadas a los Canales 9, 11 y 13 de la Capital, al 8 de Mar de Plata y al 7 de Mendoza. Ese artículo tomaba la fecha de entrada de emisión de las emisoras, pero fue reemplazado por la fecha de otorgamiento de las mismas, en 1958. Como las licencias se extendían por quince años, caducaban en 1973. Más tarde, luego del fallecimiento de Perón, la Vicepresidenta a cargo – su esposa- delega mucho poder en la figura de López Rega. Personas allegadas a él se hacen cargo de los canales. En 1975, se sancionó la ley de expropiación de los cinco canales, que incluía a las repetidoras y las productoras. Los licenciarios realizaron las demandas judiciales.

Desde el punto de vista de Jones, la acción del Estado, en parte, se justificó por el hecho de que los licenciarios adeudaban cantidades enormes al fisco. (*Jones. 1990*)

En contrapartida con el avance tecnológico previamente adquirido, en los años del Proceso Militar, la televisión y sus contenidos iban en retroceso. Esto dado no por el contenido – propiamente dicho- sino por el mecanismo de creación de esos contenidos.

Los gobiernos militares del Proceso aplicaron un régimen de terror en el área de las comunicaciones sociales: asesinato de periodistas, cierre de diarios, censura previa, confección de listas negras de periodistas, artistas o escritores, prohibición de exhibir ciertas películas nacionales o extranjeras, quema o prohibición de libros etc. (*Muraro, 1978*).

Partiendo de la base de la censura previa y la propiamente dicha, del miedo y de esa total falta de libertad de expresión podríamos considerar que ésta, además, fue una etapa “Ficticia” para la televisión. Lo que a través de ella se transmite en un contexto represivo nunca alcanza la realidad que en verdad debería reflejar.

### **La reprivatización. 1984-1994**

Al llegar la democracia llegaron las reprivatizaciones, lo cual acarreo un resurgimiento de la libertad de expresión.

En 1985 Alejandro Romay se hace nuevamente cargo de Canal 9. En 1989 se realizan las licitaciones de Canal 11 y 13. En diciembre de 1987 el Canal 2 de La Plata fue adjudicado a una empresa vinculada a Héctor García, antiguo propietario de Canal 11.

Comienza a producirse mayor cantidad de programas de ficción, especialmente telenovelas las cuales son exportadas a distintos países. Esto implicó también, el uso del lenguaje neutro, es

decir, desprovisto de toda expresión, modismo o entonación argentina, para que pueda ingresar más favorablemente a los mercados de Latinoamérica.

Una vez derogado el artículo que impedía que las empresas graficas tuvieran los mismos dueños que los medios audiovisuales, en 1989 se lleva a cabo licitaciones, en donde finalmente, Canal 11, de allí en adelante, Telefe, pasó a pertenecer al grupo Atlántida. El Canal 13 fue adquirido por el grupo Clarín, el diario de mayor tirada en habla hispana y en 1990 Eduardo Eurnekian, antiguo empresario textil y dueño de Cablevisión, un MSO de TV por cable compra Canal 2 y arma Multimedios América. Cuenta con una radio AM y otra FM y un periódico.

En la década del '90 surgen programas con un nuevo formato, el cual básicamente –gracias los nuevos equipamientos de grabación- se caracterizan por llevar nuevamente a la pantalla aquel material que salió al aire en otros programas de televisión.

### **La atomización. 1995-2002**

A mediados de los noventa, las recetas neoliberales aplicadas a una nación en vías de desarrollo van mostrando los resultados: un país cada vez más marcado por el desempleo, la pauperización de los sectores medios, el desequilibrio de la balanza comercial, el ingreso incontrolado de capitales financieros trasnacionales. Se produce un fuerte movimiento de adquisiciones y alianzas entre grupos, y por otro lado, el afianzamiento de productoras (A. L.Nora Mazzioti, Guillermo Orozco 2002),

A fines de 1997, Romay vende Canal 9, que pasa a llamarse Azul TV: el 50% de AC inversora, que es una sociedad entre TyC, la empresa de Carlos Avila –fundamentalmente dedicada a las transmisiones deportivas- Y ATCO (Atlántida Comunicaciones), que incluye las revistas de Atlántida, a Radio Continental y a Telefe, el otro 50% , a la australiana Prime TV, que posteriormente se desprende de la empresa, por las pérdidas, y se compromete a pagar 18.9 millones de dólares al año. En el 2001, el 51% pertenece a JP Morgan, el 49% a Telefónica. En el 2000, el 80% de América TV fue comprado por Carlos Avila, del canal TyC Sport, y Eurnekian se quedó sólo con el 30%. En el 2001, Avila llamó a convocatoria de acreedores.

Finalmente, llegando a los tiempos actuales, desarrollamos la siguiente etapa:

### **La Consolidación de los Multimedia 2003 hasta la actualidad**

En este periodo se afianza el proceso comenzado en la etapa anterior, los grupos empresariales se constituyen cada vez con más fuerza, es decir con más medios en su poder. La característica principal de estos, es que se constituyen como conglomerados multimediales.

Si trazamos un mapa de medios, entenderíamos la situación actual como una compleja imagen, donde existen hilos que se entrelazan entre sí, hasta formar una extensa red. Los puntos clave que unen a los elementos entre sí son los propietarios. Es decir, que la etapa actual se caracteriza por la conglomeración de distintos medios bajo la propiedad de una misma empresa o grupo empresario.<sup>7</sup>

## **Canal Siete. La televisión Pública**

### **Breve cronología: Antecedentes y Actualidad.**

Para adentrarnos en el ámbito de nuestro objeto de estudio repasamos brevemente la historia de canal 7 a través de los años hasta llegar al momento actual:

Canal 7, tiene asignada la licencia LS82, y opera desde el complejo de transmisión situado en la Avenida Figueroa Alcorta 2977 de la [Ciudad de Buenos Aires](#) y con 57 años es la emisora más antigua del país. A lo largo de su historia cambió de jurisdicción como de mandos, siempre ligados a los cambios en el gobierno de turno.

- 1938: El Centro Argentino de Televisión realiza las primeras pruebas experimentales de televisión por canal abierto.
- 1946: Allegados al gobierno compraron acciones de las empresas probadas y las donaron por ejemplo, a Eva Perón. Es así que se llega a una propiedad pseudo estatal de los medios de comunicación. (Vacchieri, 1992)
- 17 de Octubre de 1951: se emite la primera imagen por televisión. Una foto de Eva Perón, en conmemoración del Día de la Lealtad.

---

<sup>7</sup> A modo de ejemplo desglosamos uno de ellos y el más significativo: Grupo Clarín quienes los principales socios son Ernestina Herrera de Noble, H. Magneto, J. Aranda, L. Pagliaro. En el ANEXO se encuentran las empresas pertenecientes al grupo.

- El 4 de noviembre de [1951](#) se iniciaron las transmisiones regulares de Canal 7, emitiendo entre las 17.30 a 22.30. Su identificación era LR3 Radio Belgrano Televisión. Años más tarde, tras la desvinculación con la emisora que le diera el nombre, se comenzó a llamar LS82 TV Canal 7. Por encargo del gobierno se elige a Canal 7 -que era el que estaba en mejores condiciones técnicas para transmitir- , y pasa a llamarse luego LS 82 TV canal 7.
- Desde 1954 hasta el golpe de Estado 1955, el Canal 7 fue, por única vez en su historia, propiedad privada.
- 1955: El régimen militar (Revolución Libertadora) tomó a su cargo los medios de comunicación, anunció el proceso licitatorio de las tres cadenas y puso bajo su control tanto las principales radios como el Canal 7.
- 1978: La transmisión al aire de la Copa Mundial de Fútbol organizada por Argentina se realizó a través de Canal 7. Finalizado el campeonato, el complejo fue otorgado a Canal 7, que cambió su imagen bajo el nombre de Argentina Televisora Color (ATC), identificación creada bajo la dirección de Carlos Montero.
- 1979: Las instalaciones del canal se trasladan desde el edificio Alas –ubicado en la calle Paseo Colon, en el barrio porteño de Retiro- hacia el espacio que actualmente ocupa, en Figueroa Alcorta y Tagle. A su vez se cambia el nombre a “Argentina Televisora Color (ATC)- que le duró hasta el año 2000.
- 1980: Carlos Montero en su rol de Director y a través de una programación coherente entre lo popular y lo comercial logró colocar a Canal 7 el en mismo nivel que los canales comerciales para la audiencia. Sin embargo, en el corto plazo los canales comerciales sistemáticamente lograron despojar a canal 7 de sus programas más taquilleros para incluirlos en su propia programación.
- Durante la presidencia de [Carlos Menem](#) el canal, dirigido por el conductor [Gerardo Sofovich](#), pasó de ser una Sociedad del Estado a una Sociedad Anónima, existiendo planes para su privatización que finalmente no se concretaron.
- El presidente [Fernando de la Rúa](#) afrontó el desafío de devolver la señal a la esfera estatal y así lo hizo. El primero de mayo, a 20 años de la primera transmisión a color, comienza el nuevo periodo “Canal 7 Argentina”. Este ofrecía una programación variada entre el entretenimiento y ciclos culturales y educativos.
- 2002: Durante la transición de [Eduardo Duhalde](#) como presidente de Argentina, fue creado el [Sistema Nacional de Medios Públicos](#) Sociedad del Estado, ente que financia y opera actualmente a Canal 7.

- 2003: A comienzos de la presidencia de [Néstor Kirchner](#), la modalidad antes utilizada en la dirección del canal se modificó. A partir de ese momento la dirección del canal fue dividida en las áreas de ficción y no ficción, encabezadas respectivamente por [Leonardo Bechini](#) y la periodista [Ana de Skalon](#).
- 2006: Tras la muerte de la directora de no ficción y el posterior alejamiento de Bechini, en el mes de mayo, el cargo de Directora Ejecutiva fue ocupado por la periodista Rosario Lufrano. Al momento de su asunción declaró las intenciones que se planteaba para su gestión: “Este es un canal que por suerte no tiene que estar pendiente del rating. Podemos dar cabida a todas las expresiones culturales, artísticas, deportivas y científicas. Tiene que ser un canal federal que refleje en su programación toda la heterogeneidad de geografías, culturas y costumbres que tiene nuestro país. Por otro lado, tenemos que dar un servicio a la gente que no tiene posibilidades de acceder al cable para que pueda conocer nuestras películas, a nuestros artistas y tener la mejor información”<sup>8</sup>. Bajo su dirección, el canal no logró sobresalir de gestiones pasadas, pero si sumar y promocionar buenos contenidos culturales tal como se lo había planteado y nuevo equipamiento tecnológico, el cual no se renovaba desde el año 1978.

### **Etapa actual de Canal 7**

Desde agosto de 2008 el cineasta Tristán Bauer es el titular del Sistema Nacional de Medios Públicos, organismo que tiene a su cargo a Canal 7 y las cuarenta emisoras de Radio Nacional.

Antes de incorporarse a Canal 7, Bauer estuvo al frente de Encuentro, canal de televisión que depende del Ministerio de Educación de la Nación y que sus programas están orientados a ese fin. Según una entrevista realizada para el diario Página 12 al principio de su gestión, el perfil que decidió adoptar para Canal 7, se basaba en contenidos pensados sobre la “cultura popular, información y formación ciudadana”<sup>9</sup> y se planteaba el objetivo de inyectar tanto para el canal televisivo como para Radio Nacional “el concepto de cultura popular de calidad”<sup>10</sup>

Acompañando nuestra posición con respecto a la importancia de la contextualización de los eventos noticiosos declaró: “Veó que la noticia se transforma en estos días en un espectáculo mediático del instante, donde se instala un tema con fuerza y desaparece sin mayor profundización. Y yo creo que la noticia tiene una historia, un pasado, un presente y

---

<sup>8</sup> Sábado 27 de mayo de 2006 | Publicado en edición impresa diario La Nación.

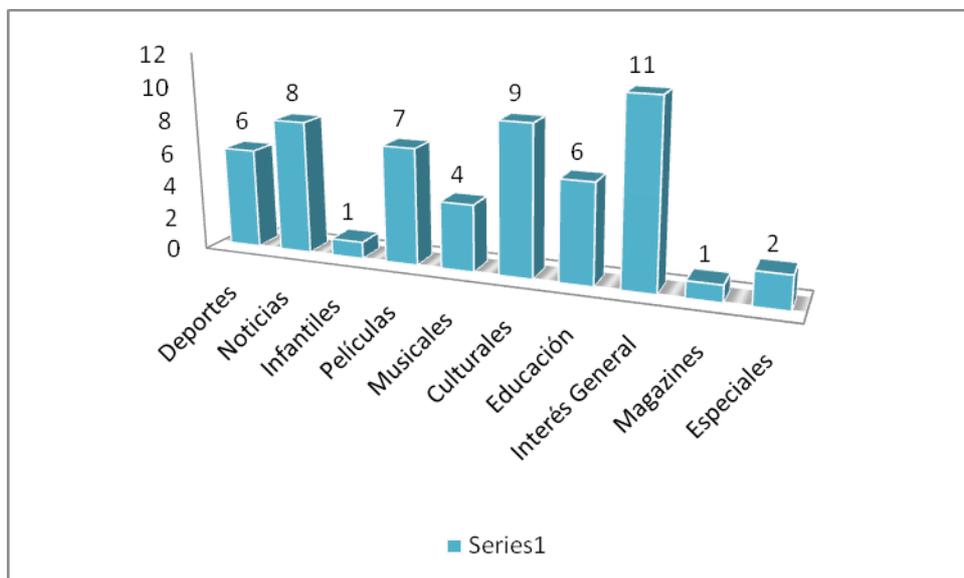
<sup>9</sup> Diario Pagina 12. Viernes, 15 de Agosto de 2008.

<sup>10</sup> Idem anterior.

perspectivas a futuro que pueden ayudar a entender muchas cosas de las que nos pasan a diario”<sup>11</sup>.

### Los programas de la Televisión Pública

Distribución de los programas de Canal Siete según su género:



Página web: [www.canal7.com.ar](http://www.canal7.com.ar) (Dic – 2008)

<sup>11</sup> Idem anterior.

Como surge del gráfico anterior, y en base a las categorías creadas por Canal Siete, podemos ver que en la distribución temática de contenidos de 55 programas en total, once de ellos son de Interés general lo cual representa el mayor porcentaje alcanzando el 20%.

En segundo lugar, sigue el área Cultural la cual cuenta con nueve programas, que significan el 16,36%, seguido a ello están los ocho programas de noticias que constituyen el 14,54%, las películas aparecen con el 12,72% y en misma proporciones entre sí se encuentran los programas educativos y de deportes con un 10,9% cada uno de ellos.

En menor proporción aparecen los musicales (7,27%), los especiales 3,63% y por último con el 1,81% cada uno se encuentran los infantiles y los magazines.

Podemos observar que, según las fichas técnicas de cada programa, la mayoría de los contenidos de Canal 7 están orientados hacia un perfil socialmente responsable, educativo, informativo y plural.

Seleccionamos las categorías de la programación que están –a grandes rasgos- mayoritariamente en concordancia con nuestra definición de RSE y comprobamos que en conjunto alcanzan casi el 70% de la programación. Es decir los programas de Noticias, Culturales, Educación e Interés General.

Sobre este último ítem queremos interiorizarnos y explicarlos para destacar el sentido de federalismo que poseen los programas. Observamos que -en base a una breve descripción de sus características- éstos promueven en primera instancia, la integración territorial ya que recorren las distintas provincias, destacando sus lugares turísticos, tradicionales y su vida cotidiana permitiendo al resto de los habitantes interiorizarse y conocer su propio país, aunque sea a través de la televisión.

Podemos argumentar que éstos promueven la integración social al darle visibilidad entre sí a distintas poblaciones, explicando sus costumbres, tradiciones, festividades, etc. Entendemos que esta exposición es una manera de acercar y generar el sentido de pertenencia nacional para las personas. Por otra parte, encontramos los ciclos que no tienen que ver con grupos de la sociedad relacionados a espacios físicos sino que comparten una característica tal como: la discapacidad, el arte, víctimas de casos de violencia que aún siguen impunes, etc.

Los programas que integran esta sección son:

- **“Km a Km”**: Recorremos la Argentina y te mostramos todas las opciones para el turismo. Las bellezas naturales, los pobladores, sus costumbres y sus artesanías.

- **“Televisión regional”**: Ciclo de documentales sobre las distintas regiones argentinas, su gente, sus costumbres, sus producciones y todas las bellezas naturales.
- **“Viajes y paseos”**: Una invitación a recorrer los lugares más hermosos de la Argentina. Nuevos puntos de interés turístico y una completa guía del viajero con toda la información necesaria para no perderse nada.
- **“Estudio País 24”**: Primer magazine federal de la historia de la televisión argentina. Una red abierta de comunicación e información.
- **“Desde la vida”**: Primer ciclo de televisión dedicado a las personas con discapacidades.
- **“Nación zonámbula”**: Un programa que recorre los casos de violencia que aún continúan impunes.
- **“Madres de la plaza”**: Micros realizados por la Madres de Plaza de Mayo.
- **“Fiestas Populares”**: Un recorrido por las principales festividades y tradiciones de las distintas regiones argentinas.
- **“Afectos especiales”**: Ciclo que repasa la trayectoria de grandes artistas de todos los tiempos.

### **Redefiniendo la RSE**

Al redefinir el concepto de RSE para poder aplicarlo a un medio de comunicación estatal se nos plantean las siguientes inquietudes: ¿cuales son las “Responsabilidades” que debe asumir una empresa? Cualquier empresa, pero especialmente un medio de comunicación. El termino “Triple Bottom Line” o Triple Cuenta de Resultados: Económicas, Sociales y Medioambientales (Elkington, J, 1997) ayudan a dilucidar este cuestionamiento. Es decir que la empresa debe buscar como fin el beneficio no sólo económico sino incluir las dos variantes mencionadas. Por otra parte, Carroll (1991) también propone -en cuanto a las limitaciones- dividir el término en cuatro dimensiones que por orden de importancia son las siguientes:

1) Responsabilidad Económica, 2) Responsabilidad Legal, 3) Responsabilidad ética, 4) Responsabilidad Discrecional.

Para esta investigación tomamos como objeto de estudio un caso particular que ofrece características especiales, entre las cuales una sería que en su “Dimensión externa” (Libro verde de la Comunidad Europea) siguiendo el orden propuesto por Carroll, las Responsabilidades se invierten. Es decir, la Responsabilidad Discrecional –entendiendo por ésta: las actividades de

acción social, voluntarias, filantrópicas o altruistas- impera sobre el fin del lucro, sin que ésta entidad deje por eso, de ser una empresa inmersa y ligada a las leyes del mercado.

Tal es el caso de Canal 7, Empresa del Estado. Como medio masivo estatal de Comunicación, tiene un alcance a todo el territorio nacional, es de recepción gratuita por ello consideramos que está en su esencia y tendría que ser su Misión, generar contenidos donde el principal objetivo sea la transmisión de valores culturales para la formación de ciudadanos y no la intención de acoplar clientes.

Es necesario entonces, reformular el término de Responsabilidad Social Empresaria para que surja específicamente a Canal 7 en su tiempo y su espacio y se adapte a sus características.

La nueva definición que proponemos es:

***La RSE es una forma de gestión que se define por la difusión de contenidos que reflejen la independencia y exactitud de la información, contenidos creativos, educativos y de calidad que respeten el pluralismo, la diversidad y que promuevan la democracia.***

---

Desglosamos nuestra definición y profundizamos sobre el concepto:

*“...Independencia y exactitud de la información...”*

La esencia de la radio y la televisión de servicio público -particularmente en nuestro caso Canal 7- es proporcionar a todos los ciudadanos, en iguales condiciones, la posibilidad de recibir y adentrarse a un espacio de expresión cultural, de intercambio y de información y generar a través de ellos, tanto en la televisión como fuera de ella, el análisis y los debates en los que se debe basar la política democrática. “(...) Para desempeñar esta función, ese lugar (*espacio*) debe estar —en la medida de lo posible—libre de los efectos distorsionadores del ejercicio del poder económico o estatal”<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Garnham, en Atkinson Dave y Raboy, Marc (comp.), *La radio y la televisión de servicio público: el desafío del siglo XXI*, Unesco, París, 1998, p. 41.

“...*Contenidos creativos, educativos y de calidad...*”

Inmerso en el sistema de mercado, Canal 7 debe competir con los distintos canales comerciales que ofrecen sus productos a los televidentes. Pero, en su esencia recae la responsabilidad de ofrecer una alternativa que además de ser creativa para atraer a los televidentes a su pantalla, debe cumplimentar ciertas pautas en cuanto a su calidad. Porque la televisión pública, encuentra su única razón de ser en el servicio público, y como tal se convierte en la televisión del público que se dirige a si misma, a cada persona en su calidad de ciudadano. La televisión pública fomenta el acceso a la vida pública y la participación en ella, desarrolla los conocimientos, amplía los horizontes y permite que cada uno se comprenda mejor al comprender al mundo y a los demás. Dependerá de la calidad de sus contenidos si el televidente alcanza o no, lo anteriormente mencionado.

Resulta difícil definir el término y los alcances de *calidad* como camino a seguir, porque consideramos que es no es un término absoluto ni tiene una codificación unívoca, por lo que hay que situarla en un marco de referencia teniendo en cuenta las variables del contexto en el que se presenta.

Algunos lineamientos básicos que consideramos se deben seguir para alcanzar contenidos de calidad son:

- ✓ Dirigirse al ciudadano, no al consumidor.
- ✓ Generar el espacio para el debate y el análisis tanto de los fenómenos actuales como de los sucesos históricos, y realizar una revisión de ellos.
- ✓ Formar a las audiencias con sentido crítico.
- ✓ Reconocer de la complejidad de la realidad social y adaptarse a ella.
- ✓ Fomentar el conocimiento e intercambio de las diferentes tradiciones culturales que – como ya hemos mencionado- se encuentran a lo largo de todo el territorio argentino. Del mismo modo trasladarlo al ámbito internacional.
- ✓ Estimular positivamente la imaginación de las audiencias.
- ✓ Proporcionar el escenario para el diálogo de los diferentes actores sociales, dándole visibilidad a aquellos que quedan excluidos del circuito de los medios de comunicación comerciales.
- ✓ Tratar con profundidad y darle continuidad a sus contenidos.
- ✓ Transmitir conocimientos.

“...*Pluralismo y diversidad...*”

Los contenidos de un medio público deben tomar como referencia el hecho de la que sociedad no es una masa uniforme y que está compuesta por distintos grupos de mayorías y minorías. Particularmente en Argentina, debido a la distribución geográfica tan extensa, (2.780.400 Km.), sus casi 40 millones de habitantes en sus 23 provincias, cada porción de la población posee grandes diferencias con respecto a las demás, y éstas se incrementan a medida que aumenta la distancia que las separa.

Por otra parte, podemos agregar que la actual [población argentina](#) es el resultado directo de una [gran ola de trabajadores inmigrantes que ingresaron entre 1850-1950](#), mayoritariamente [italianos](#) y en segundo lugar [españoles](#) y del mestizaje de estos entre sí y con las poblaciones [indígenas](#) originarias, [criollas](#), españoles de la época colonial, [afroamericanos](#), [gauchos](#), frecuentemente [mestizados](#), provenientes del período colonial. En las últimas décadas también han ingresado importantes comunidades de [chinos](#), [coreanos](#), [paraguayos](#), [bolivianos](#), [uruguayos](#), [chilenos](#), [peruanos](#), atraídos por una esperanza de mayores y mejores empleos.

La religión es otro factor de diferenciación entre la sociedad argentina. Si bien la religión oficial es la Católica Apostólica Romana, existe una otros cultos tales como el judaísmo que cuenta con una importante comunidad en el país.

En relación a lo mencionado anteriormente, sumado al bagaje histórico que cada comunidad, provincia trae consigo mismo, encontramos disparidad tanto en sus costumbres, en su hábitos cotidianos, sus creencias y hasta en su forma de hablar.

Finalmente, y por obvia no menos importante, se presenta la diversidad marcada por el género, la edad, la educación y el poder adquisitivo.

Si por pluralismo entendemos un sistema por el cual se acepta o reconoce la multiplicidad de doctrinas o posiciones frente a una misma situación, y por diversidad: la abundancia y gran cantidad de varias cosas distintas, consideramos que Canal 7 en su carácter de medio de comunicación estatal y de alcance nacional debe sortear con éxito el reto de proporcionar a la sociedad una programación que informe, entretenga y eduque satisfaciendo las necesidades tanto de las mayorías como de las minorías existentes, pero que sobre todas las cosas respete la pluralidad de las creencias, opiniones y tradiciones étnicas.

Es decir, que realice enfoques no discriminatorios hacia sectores sociales postergados, que aborde la temática de género de una manera amplia, seria y comprometida, que adapte ciertos contenidos de manera especial hacia la infancia y adolescencia y que estimule la identidad nacional.

Al respecto Azurmendi Badiola señala: en este proceso de construcción cultural, de recuperación lingüística y de desarrollo institucional los medios electrónicos han derrumbado fronteras, distancias, tiempos. La diversidad cultural está casi al alcance de cualquier televisor, de cualquier aparato de radio. Y digo casi porque los grandes consorcios de radio y televisión padecen aún esa inercia que pretende uniformar nuestras vidas. Es verdad que los medios masivos han cambiado muchas cosas, pero también es cierto que no han apostado decididamente por espacios culturales. Y eso limita, de origen, la diversidad<sup>13</sup>.

*“...Promover la democracia...”*

Argentina tiene una historia democrática joven, no por ello débil, pero si vulnerable. En estas circunstancias, un medio de comunicación dirigido responsablemente tiene el poder de consolidar la democracia, educar y promover la participación informada de los ciudadanos para protegerse ellos mismos en el momento de tomar decisiones que afectan su futuro y el del resto de la sociedad.

Un medio de comunicación estatal socialmente responsable, se convierte en un órgano que representa los puntos de vista del público; no en órgano de denuncia, ni en examen arbitrario de la autoridad democráticamente electa, sino en un organismo de debate responsable como parte del proceso democrático<sup>14</sup>.

### **Misión y Visión para Canal Siete**

Determinar si una Gestión –en este caso la Difusión de contenidos a través de Canal Siete- es socialmente responsable, requiere la evaluación de diferentes aspectos organizados en Indicadores susceptibles de dicha acción.

Para comenzar a estudiar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial analizamos la misión y visión que son las que orientan el quehacer cotidiano y futuro de la empresa u organismo. Este punto entonces, nos permitirá evaluar cómo el canal comunica y se piensa a largo plazo a sí mismo y a su negocio.

---

<sup>13</sup> José Félix Azurmendi Badiola ; La diversidad cultural y su reflejo en los medios públicos de comunicación. El caso de Radio-Televisión Vasca; La Red de Radiodifusoras y Televisoras. Educativas y Culturales de México, A. C. México, D.F, 2005

<sup>14</sup> Zapata , Julia; La BBC de Londres en: Democracia y Medios Públicos. Principios Básicos de la Radiodifusión Pública; Váksu, Entre Palabras Editores; 2005; México.

La definición de la Misión, es decir, el objetivo general, metas o lo que la empresa quiere lograr con su negocio, permite visualizar sus expectativas o aspiraciones y su sentido o razón de ser. Para ello, esta debe incluir no sólo las aspiraciones en términos económicos sino que además debe integrar valores tales como calidad, eficiencia, transparencia y a su vez vincularlos con el compromiso hacia sus empleados, la comunidad y el medio ambiente.

Usando como plataforma la definición de Responsabilidad Social creada para esta investigación, la misión de Canal Siete, debiera reflejar el compromiso con respecto a los telespectadores no como clientes sino como ciudadanos. Del mismo modo, la Visión debiera incorporar aspiraciones relacionadas con su contribución al desarrollo sostenible, respondiendo a la pregunta ¿De qué manera el canal, mediante su producto o servicio, contribuye al desarrollo de las personas y comunidad que afecta?

### **MISIÓN PROPUESTA**

PRODUCIR, EMITIR Y COMERCIALIZAR UNA PROGRAMACIÓN ALTERNATIVA DE TELEVISIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVA, ORIENTADA A FORMAR, EDUCAR, INFORMAR -VERAZ Y OBJETIVAMENTE- Y ENTRETENER DE MANERA SANA, TRABAJANDO SOBRE VALORES COMO EL RESPETO, EL COMPROMISO, SOLIDARIDAD Y LA EQUIDAD PARA ALCANZAR EL DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL DE TODA LA COMUNIDAD.

### **VISION PROPUESTA**

SER LA MEJOR ALTERNATIVA DE PROGRAMACIÓN DE CALIDAD PARA LOS TELEVIDENTES Y MODELO DE GESTIÓN EMPRESARIAL DE TELEVISIÓN PÚBLICA.

*No ha habido ninguna hambruna de importancia en un país democrático con medios de comunicación relativamente libres”.*

*Amartya Sen (Premio Nobel)*

---

### **Periodismo Socialmente Responsable**

En la actualidad y dentro del contexto que nos rodea, elegimos como ámbito de estudio –dentro de Canal Siete - al *Periodismo*, tomando como punto de partida el hecho de que funciona dentro del mismo entorno que cualquier empresa, y como ellas, tiene que afrontar las expectativas que la sociedad deposita en ellas.

Los medios, cobran vital importancia en la vida cotidiana moderna, ya que, no sólo reflejan una realidad sino que además son los constructores de esa realidad que nos muestran. En este sentido, para E. Verón, (Verón, 1983) la “actualidad”, es un objeto fabricado por el medio informativo, esto significa que los medios no “copian” a la realidad, sino que producen “realidad social”. De esta manera, así como hay muchos medios hay muchos “modelos” de actualidad contruidos para distintas audiencias. Esto no significa que los medios producen la sociedad sino que producen la realidad de una sociedad, en tanto realidad en devenir, como experiencia colectiva para los actores sociales.

*“La actualidad como realidad social en devenir existe “en” y “por” los medios informativos. Esto quiere decir que los hechos que componen esta realidad social no existen en tanto tales (en tanto hechos sociales) antes de que los medios los construyan. (...) Después que los medios los han producido, los acontecimientos sociales empiezan a tener múltiples existencias, fuera de los medios...”*  
(Verón, 1983, p.5).

El discurso periodístico es generado en determinadas condiciones históricas, sociales, económicas, etc., y a la vez produce efectos bajo condiciones determinadas. Además, existen lo que Verón llama “condiciones de producción” (aquellos discursos que han dejado sus huellas en

el discurso en cuestión), “condiciones de reconocimiento” (los discursos que restringen su lectura) y la “circulación” (la distancia entre ambas instancias: producción y reconocimiento).

*“Todo texto es el resultado intertextual de los discursos presentes en el espacio y momento de su producción, y que es reconocido socialmente según los discursos presentes en el espacio y momento de ese reconocimiento (...) un texto no significa solamente según sus características materiales (permanentes), sino según las relaciones que establece con otros discursos (variables) (...) Esto explica ... los distintos significados que produce un mismo texto, en la misma época, en regiones o sectores sociales diferentes. ” (Petris, 1998, p.137).*

Si bien nuestro caso de estudio no es un texto, lo que menciona Petris, es perfectamente adaptable al discurso y noticia televisiva.

Por su parte, las sociedades también han ido evolucionando en la forma de percibir esa realidad, por lo cual, han cambiado los requisitos de fidelización que le piden a la prensa. Ha surgido la necesidad de información de los ciudadanos como consumidores. La información ya no es una elección, sino una necesidad impuesta por el mercado.

Todo ello, conlleva a la situación actual, donde pareciera que a los medios se les exige tener cada vez más responsabilidades frente a la sociedad donde *Informar* sería sólo una de ellas, además de comprometerse y actuar activamente frente a los problemas de la sociedad a la que pertenecen.

Por otra parte, como ya se mencionó anteriormente, el colapso del Estado en los años venideros a la última dictadura militar en la década del '80, su profundización en la siguiente década y por último y más especialmente luego de la crisis económica sufrida en el año 2001, generaron la idea de que –como a las demás empresas- era lícito pedirles algo a cambio de lo que ellos les brindaban a diario. Es decir, las empresas –en este caso los medios de comunicación- debían responder a las necesidades en ámbitos donde antes funcionaba el Estado y ahora no.

Como consecuencia, sin embargo, podemos añadir, se generó un fenómeno positivo desde nuestro punto de vista, el cual sería que: a partir de ese momento, la agenda mediática se ve

modificada y ampliada. Los medios, se muestran más sensibles y receptivos a las problemáticas sociales. Tanto en la pantalla como en las páginas de los diarios aparecen determinados grupos sociales que hasta ese momento no contaban con la posibilidad de aparecer para contar su situación. Para ellos, fue la oportunidad perfecta para hacer visibles sus problemas y recibir atención.

***Lo que pasa es que el mundo se le escapó al periodismo. Ahora tenemos  
que reinventarnos el mundo”.***

***Gabriel García Márquez***

---

A partir de esto, surgen preguntas inevitables: ¿Cuál es la función del periodismo frente a los problemas que aquejan a la sociedad a la que pertenece? ¿Informar? ¿Informar y tomar iniciativa en las soluciones? ¿Qué es hacer un buen periodismo?

Existen posturas opuestas que pueden brindar posibles respuestas. Ambas visiones parten de la base que el periodismo es un servicio social, sin embargo hasta donde llega ese servicio es lo que las separa.

Una, propone que los medios tienen el importante rol de ser los ojos de la sociedad que vigilan y por ello, deben denunciar los abusos y las arbitrariedades del poder de los diferentes actores sociales, el Estado, las empresas, clarificando los sucesos y hechos a la opinión pública. es decir, que los medios además de informar, opinar y entretener tienen que cumplir la función de “Perro Guardián” de la democracia (Watchdog, en inglés) o contralor del poder de turno.

La otra, plantea que los medios deberían aprovechar el caudal de poder que ejercen no sólo para llegar a las personas del otro lado de la pantalla sino que además, deben acercar las soluciones. Dentro de éste sector, estarían aquellos que promueven fundaciones propias, hasta los que poseen instancias de Responsabilidad Social dentro de la propia estructura organizacional del medio. Los temas que incluyen con especial dedicación en su agenda serían la educación, el fortalecimiento de la democracia, la lucha contra la pobreza y el seguimiento de las políticas públicas, entre otros.

Sin embargo, y como punto central de responsabilidad ofrecen información de calidad a la comunidad. Esto significa que, además amplían sus proveedores de información, es decir, expanden su abanico de fuentes para construir sus contenidos e informaciones.

Si pudiéramos delimitar cuales son los fines, limites del los medios y específicamente periodismo frente a las problemáticas sociales, podríamos deducir que lo que hagan fuera de ellos, de sus objetivos, de su misión y sin que la ley se los exija, ¿Sería Responsabilidad Social Empresaria?

Según un sondeo efectuado por el diario La Nación sobre un total de 684 encuestados, existen distintos factores que determinarían –según ellos- que un medio de comunicación es socialmente responsable.

El porcentaje más alto (49%) considera que es S.R. cuando “Comunica con la verdad”, el 7,33% cuando “Difunde problemáticas sociales”, el 5% cuando “Educa a sus lectores/televidentes”, el 4,5% cuando “Tiene una política de Responsabilidad Social Empresaria”. Pero, el 34,14% restante, consideró que es socialmente responsable cuando cuenta con todas estas características<sup>15</sup>.

Por otra parte, podemos delimitar a grandes rasgos ciertas nociones perceptivas que tienen los usuarios de los medios que consumen a diario.<sup>16</sup>

Entre ellos, podemos señalar algunas ideas:

- “Es imprescindible la construcción de ciudadanía, proceso del que debe participar el conjunto de la sociedad”.
- “Es recomendable una adecuada articulación entre los medios de comunicación y la sociedad civil en el esfuerzo orientado hacia la búsqueda del bien común”.
- “La función de los medios es transparentar y develar lo que algunos quieren ocultar y muchos otros deben conocer”.
- “Ni el periodismo ni los medios de comunicación son neutrales”.
- “Los medios de comunicación insensibilizan a la ciudadanía”.

Surgen así, dos percepciones negativas con respecto a los medios de comunicación y al periodismo: que no son neutrales y que insensibilizan a la ciudadanía.

---

<sup>15</sup> Diario La Nación. P.8. Sábado 17 de noviembre.

<sup>16</sup> VI Congreso Nacional sobre valores, pensamiento crítico y Tejido Social, Medios de Comunicación y Ciudadanía, organizado por la Asociación Cristiana de Jóvenes (YMCA) en septiembre de 2007.

Una de ellas, estaría más cercana a la visión más participativa de la función del periodismo. Esta es el ítem que propone la construcción de ciudadanía como un proceso del que debe participar el conjunto de la sociedad, obviamente, en ese conjunto estarían incluidos los medios de comunicación.

La que plantea que la función de los medios es transparentar lo que para el resto de la sociedad sería una valiosa información se aproxima explícitamente a la característica de WatchDog que se desarrolló previamente.

En relación con la pregunta sobre con qué recursos de acción hay que contrarrestar las amenazas a la ética periodística, las principales propuestas anunciadas en un reciente Congreso de Comunicación<sup>17</sup> fueron las siguientes:

- Contribuir a la concientización de la sociedad sobre sus derechos.
- Generar espacios y foros de reflexión, debate y discusión que ayuden a construir ciudadanía
- Evitar el consumo de información sin el debido discernimiento
- Ejercer el derecho de control ciudadano de los actos públicos.
- Impedir el monopolio de la información.

Tomando como base teórica nuestra propia definición de RSE, el Manual de conceptos básicos e indicadores de Responsabilidad Social empresaria desarrollado para periodistas (Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria; 2005), el estándar de certificación de la calidad específicamente dedicado a la Industria Audiovisual (televisión, radio e Internet): ISAS BC 9001, además de ciertas características del Periodismo Social (Cytrynblum, 2004) examinamos el proceso de DIFUSIÓN de contenidos de Canal 7, específicamente del noticiero Visión 7.

### **Periodismo Social**

Siguiendo a Cytrynblum decimos que el Periodismo Social es el que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y se preocupa por la búsqueda de soluciones. Además, se propone la articulación del eje social con los temas de la política y la economía en la agenda de los medios de comunicación. Su principal instrumento para enfrentar la crisis es profundizar su labor periodística: sumar nuevas fuentes, brindar más servicio, ampliar su concepto de "realidad".

<sup>17</sup>

Finalmente, remarcamos que sus objetivos son colaborar en la construcción de una imagen de la realidad que integre con mayor fidelidad a todos los actores sociales para contribuir a un diálogo que permita encontrar soluciones sustentables para enfrentar los desafíos que hoy nos amenazan.

Con esto, estamos planteando la necesidad de generar un periodismo que interactúe de una manera más efectiva y menos unilateralmente con las demandas de la sociedad, que provea análisis y no simplemente registro de acontecimientos, que facilite la aparición de asuntos y actores emergentes, que narre de manera diferente los procesos de la sociedad.

### **ISAS BC 9001: certificación de la calidad de la industria audiovisual**

Este estándar de certificación de calidad ha sido creado específicamente por encargo del Consejo Mundial de Radio y Televisión y está orientado a la industria audiovisual: televisión, radio e internet. Nació de una decisión tomada en noviembre de 2001 por el Consejo Mundial de Radio y Televisión (CMRTV).

Ha sido asumido por la Fundación Medios y Sociedad en 2002, con el soporte de la Fundación Hoso Bunka de Tokyo, la Unesco, Office Fédéral de la Communication (OFCOM) y la Agencia Suiza de Desarrollo y Cooperación (SDC), con sede en Berna.

Esta norma tiene como fin determinar en qué grado cumplen las industrias audiovisuales con los siguientes ítems:

- Independencia y transparencia
- Ética y políticas
- Reconocimiento de las identidades culturales
- Satisfacción de las audiencias
- Accesibilidad a los medios
- Innovación y creación
- Calidad de la información
- Relevancia social de los contenidos
- Calidad de los contenidos
- Diversidad de los contenidos
- Empoderamiento de los ciudadanos
- Programación
- Participación e interactividad
- Pluralismo

- Apertura al mundo
- Idoneidad del personal
- Inversión social de la empresa
- Calidad de los equipos

Estas variables podemos separarlas en base a su orientación. Es decir si apuntan a una dimensión interna o externa de la empresa. Para nuestro análisis sólo utilizaremos las variables externas, las cuales están en mayor concordancia con el proceso de difusión de contenidos del canal de televisión: Reconocimiento de las identidades culturales, Calidad de la información, Reconocimiento de las identidades culturales, Calidad de la información.

### **Análisis del objeto: Noticiero “Visión 7”**

En la programación de Canal 7 podemos encontrar ocho noticieros distintos a lo largo de la semana. Su denominación y distribución esta determinada en base al horario en que se emiten y otros en base a la zona geográfica donde se origina la información.

De lunes a viernes los televidentes disponen de cinco emisiones distintas de noticieros repartidos a lo largo de todo el día. Los días sábados hay dos emisiones y los domingos, sólo cuentan con una.

Los noticieros que se emiten por Canal 7 son:

- Visión 7 medianoche
- Visión 7 Sábado
- Visión 7 Domingo
- Visión 7 Matutino
- Visión 7 Mediodía
- Visión 7 Nocturno
- Visión 7 Internacional
- V7 Latinoamérica

Seleccionamos como objeto de estudio al Noticiero “**Visión 7**”, que se emite de lunes a viernes a las 21 horas por Canal Siete.

El Comité Federal de Radiodifusión define a los programas de noticias y explica su finalidad y sus principales características así:

*Programa de noticias: “...su finalidad es responder a los intereses de la información periodística y de actualidad. La noticia se destaca por tener como fin primordial la transmisión de un suceso o idea.*

*El programa debe poseer una cercanía temporal con los sucesos o ideas que presenta; tener una*

*frecuencia de emisión prefijada; una construcción enunciativa que incluya las siguientes características: relato de locutor/a; conductor/a desde estudio; Móviles desde el “lugar de los hechos” con sonido ambiente; identificadores de personajes y escenarios (en TV), segmentos especiales (datos del tiempo; estado del tránsito). En algunos casos presentan columnistas especiales, entrevistas en estudio, editorializaciones. (Comité Federal De Radiodifusión, 2008)<sup>18</sup>.*

Con el objetivo de sistematizar nuestra investigación, creamos categorías para completar progresivamente con la información que recogimos a través del trabajo de campo, entendiendo por este, la tarea de observación y análisis del programa televisivo seleccionado. Entendemos que el procedimiento que se lleva a cabo en cualquier medio de comunicación, ya sea una radio, un periódico o revista, o como en este, nuestro caso, un canal de televisión, para difundir información es muy complejo, no es lineal y por lo tanto variable.

La última instancia de ese complejo proceso -antes de que todo quede en manos del público televidente- es el momento de la **difusión**.

Podemos definir la **difusión de contenidos** como el procedimiento mediante el cual –en este caso el canal de televisión- transmite los contenidos de los que se nutrió en etapas anteriores. Estos, ya han sido procesados, editados y están presentados tal cual los ve el televidente.

Como hemos mencionado antes, no todos los medios de comunicación adquieren la misma postura frente a la realidad que se les presenta para ser contada o difundida. Toda organización periodística es piramidal y como tal, su naturaleza obedece a las decisiones que los que encabezan esa pirámide tomen.

Nuestro Análisis de contenidos se basará en una medición representativa que consiste en el registro, procesamiento y análisis de las noticias difundidas en el noticiero Visión 7 durante un periodo de tiempo determinado.

---

<sup>18</sup> Informe Contenidos de La Televisión Abierta Argentina: Origen de la Producción – Tipo de Programas Estructura de Propiedad 2008 (Datos registrados en septiembre 2008 por la Dirección Nacional de Supervisión y Evaluación del Comité Federal De Radiodifusión)

### **Ficha metodológica**

- **Unidad de análisis:** la Unidad informativa (noticia).
- **Técnica de recolección:** Análisis de contenido cuantitativo sistemático de la información.
- **Universo:** Noticiero “Visión Siete” del horario de las 21 hora, los días lunes a viernes que se emite a través de Canal Siete.
- **Período de medición:** Cinco días (de lunes a viernes)

Las variables a examinar que luego serán encuadradas dentro de nuestra definición de Responsabilidad Social son:

- ✓ El enfoque general abordado para dar a entender la noticia. Para entender esta variable podemos ponerla en el termino de una metáfora y decir que una noticia es como un diamante, tiene muchas caras. Su color, brillo y su naturaleza dependerán de la posición en que se lo sostenga y el ángulo en que se lo mire.
- ✓ El tiempo que se le dedica a cada tema. El tiempo de permanencia de los temas en las agendas de los medios es otra de las variables importantes del análisis de contenido. Cuanto mayor es la permanencia de un tema menor es el impacto sobre la audiencia, aunque un nuevo acontecimiento ocurrido dentro del seguimiento de un tema puede ser percibido en las agendas personales como un nuevo tema (Zucker, 1978). Pero también existe otra cuestión relacionada con la variable temporal: el tiempo necesario para que la audiencia pueda registrar un tema en su agenda y hacerlo un tema de conversación. (Vacchieri, 1992).
- ✓ El valor del contexto. Se trata de sumergir al hecho noticioso en el marco de otros acontecimientos recientes, de relacionarlos, de buscar sus causas etc.
- ✓ La existencia –o no- de valor agregado para el televidente en cada noticia presentada. Datos útiles, direcciones y teléfonos, consejos, advertencias, etc.
- ✓ Las fuentes consultadas.

### **“Visión 7”**

Horario: Lunes a viernes de 21:00 a 22:00 horas.

Duración: 1 Hora.

Género: Noticias.

Conductor: Mario Giordano.

### **Esquema habitual del programa:**

Si bien no todos sus emisiones son exactamente iguales entre sí, hemos armado un esquema que grafique la dinámica de Visión 7 y describimos los elementos/secciones que lo conforman:

1. Presentación: El conductor desde el estudio, saluda al público y hace una pequeña introducción sobre la noticia más importante del día.
2. Títulos: Una voz en off relata resumidamente las noticias que se desarrollarán durante el programa mientras que se acompaña con imágenes de las mismas.
3. Primeras noticias: El conductor presenta la próxima noticia a desarrollar y luego se pone al aire el trabajo. Con una duración de entre 3'30'' y 6' minutos, generalmente éstas primeras noticias son bastantes más extensas que las siguientes y están relacionadas al ámbito de la política. En promedio se desarrollan cuatro noticias en esta etapa del programa.
4. Compacto de noticias: Una voz en off relata muy brevemente otras noticias que no se desarrollarán en el programa, sino que simplemente son mencionadas. Generalmente tienen una duración de 15 a 20 segundos y están abocadas a temas sociales, policiales o referidos al interior del país.
5. Pausa comercial: se interrumpe momentáneamente el programa para emitir avisos publicitarios.
6. Segundas noticias: hacen referencias a temas tales como espectáculos, deportes y políticos en menor medida teniendo en cuenta que no han sido las noticias del día en ese aspecto.
7. Presentadores temáticos: otros periodistas especializados presentan las noticias relacionadas a su ámbito y les agregan algunos datos extras, se hacen previsiones y responden a las preguntas del conductor. Generalmente son relacionados al deporte y espectáculos.

Tomamos el esquema de la composición temática en un noticiero tipo, en base al Informe "Agenda de Noticieros de Televisión" que realiza periódicamente el Comité Federal de Radiodifusión la puede ser clasificada en las siguientes categorías y subcategorías:

### **Política y Gobierno**

- Política de Seguridad
- Política y Gobierno
- Campañas electorales<sup>19</sup>
- Política Económica
- Política Social
- Temas de Derechos Humanos
- Conflicto Social
- Temas de Justicia

### **Inseguridad y Policiales**

- Inseguridad
- Policiales
- Información General

### **Información General**

- Accidentes y Catástrofes
- Acción ciudadana

### **Deportes y Espectáculos**

- Deportes
- Espectáculos

### **Noticias del Exterior**

- Noticias del Exterior

### **Salud, Redes Sociales y Tercera Edad**

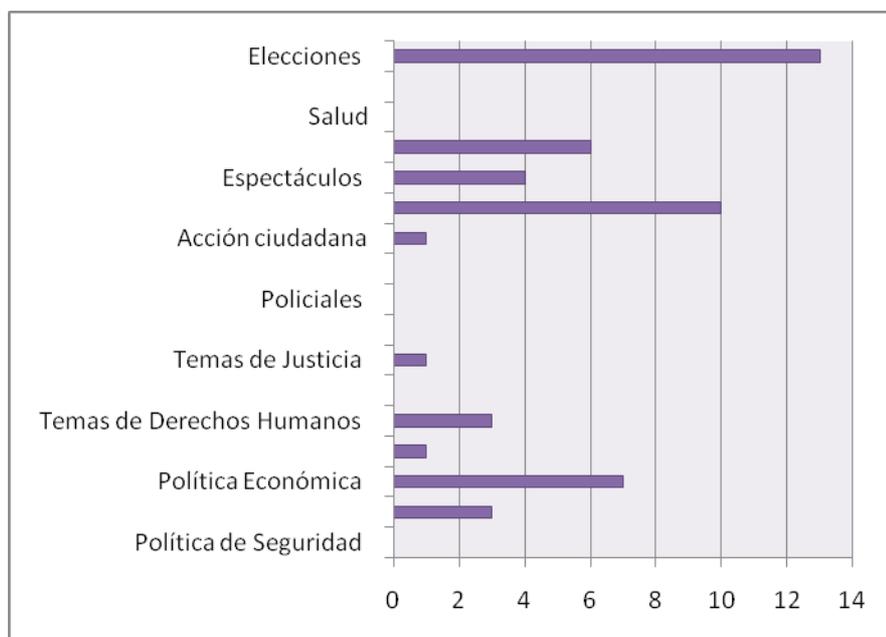
- Salud
- Redes Sociales y Tercera Edad

---

<sup>19</sup> En nuestro estudio, esta categoría será denominada como Elecciones, ya que no se registraron Campañas electorales, sino noticias referidas al Proyecto de adelantamiento de las elecciones legislativas nacionales.

### **Hallazgos del estudio:**

En base a la observación realizada de Visión 7 presentamos la siguiente distribución de las noticias por las áreas temáticas.



**Base = 60 unidades informativas. Noticias s/ gráfico en Anexo.**

Con ello, podemos proporcionar algunos datos:

- Registran el primer lugar en el orden temático las noticias referidas a las Elecciones. Todas ellas, específicamente vinculadas al Proyecto de ley presentado por el Poder Ejecutivo para adelantar las elecciones legislativas nacionales.
- En segundo lugar (en cantidad) aparecen las noticias deportivas. Las disciplinas abordadas fueron el fútbol y el tenis. Solamente ha sido presentada una información relacionada al Polo, cuando el ex futbolista Gabriel Batistuta, participó de un partido.
- Con respecto a los temas afines a los Derechos Humanos, mencionamos que si bien en proporciones relativas a las otras áreas temáticas es bastante relevante, (por el tiempo dedicado), aclaramos que el tema no fue trabajado periodísticamente sino que durante quince minutos se presentó un discurso donde la presidenta Cristina Kirchner hacía referencia a los derechos de las mujeres enmarcándola en la llegada del Bicentenario de Argentina. Las demás noticias consisten en las causas contra ex-represores.

- El volumen de informaciones sobre Conflicto Social se nutrió principalmente de noticias, en orden descendente, de: conflicto salarial de los docentes porteños y bonaerenses, conflicto con el campo y en tercer lugar otros temas.
- Las informaciones sobre episodios de Política y Gobierno y Política Económica, los cuales se centran en acciones del Gobierno actual, se registran en el inicio del programa (primer bloque).
- Durante nuestro tiempo de análisis no se trataron informaciones vinculadas a la categoría de: Accidentes y Catástrofes, Policiales, Inseguridad. No encontramos noticias relacionadas con episodios delictivos o policiales, en general, temas de inseguridad: robos y asesinatos, crímenes sexuales, secuestros extorsivos, operativos policiales y suicidios, entre otros.
- Como dato relevante para nuestro estudio es que no se registró ninguna información vinculada a las categorías de Redes Sociales y Tercera Edad, Salud.

### **Hacia el interior de las noticias**

#### **Desarrollo de la unidad informativa: Día Internacional de la Discapacidad<sup>20</sup>**

En este caso, el hecho noticioso –según el enfoque adoptado- fue presentar la subasta de cuadros realizados por diferentes artistas durante el 2008 en el programa “Desde la Vida” dedicado a las personas con discapacidades (sábados 11 hs. Canal 7) que se llevó a cabo en el museo Malba, Ciudad de Buenos Aires.

Como primer punto señalamos que en el título presentado en pantalla es impreciso. En realidad, no es el Día Internacional de la discapacidad, sino que se apunta a las personas discapacitadas, es decir “Día Internacional de las Personas con Discapacidad” es el nombre correcto que ha sido designado para este día.

De este modo y siguiendo las pautas de estilo propuestas por Alejandra Noseda<sup>21</sup>, se personaliza a la discapacidad, es decir se privilegia el hecho de que hay una persona antes que un discapacitado”. Al respecto Noseda detalla: “No sólo es importante tener una actitud positiva ante una persona con discapacidad sino usar una terminología adecuada, neutra sin sesgos

---

<sup>20</sup> 1 de Diciembre de 2008. Noticiero “Visión 7”. Canal Siete.

<sup>21</sup> Pautas de estilo periodístico sobre discapacidad. Alejandra Noseda. Imprime: Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). Dirección y realización de arte: Secretaría de Medios de la Nación

peyorativos. La clave es no sustantivar los adjetivos: no es conveniente etiquetar a los individuos”.

Por otra parte, si bien tenemos en cuenta que la nota puede ser un poco más extensa y con más relevancia dentro del noticiero ya que se trata de un programa del mismo canal, notamos que el eje de la noticia se centraba en el “evento” más que en los principales protagonistas del día: las personas con discapacidad. Esto se vio reflejado en las fuentes consultadas: el Interventor del Sistema Nacional de Medios Públicos, Tristán Bauer; Fena Maggiora el conductor de “Desde la vida” y un productor del mismo.

En sus declaraciones las fuentes destacaron la importancia de contar con un programa televisivo que apunten a este grupo de personas y comentaron brevemente el evento. En el lugar se encontraba un cronista que transmitía en vivo las entrevistas mencionadas, lo cual requirió un tiempo total de 7 minutos y 25 segundos. Esta nota periodística fue la única que hizo alusión a la discapacidad a lo largo de toda la emisión de Visión 7 de ese día y en los posteriores.

Con todo ello podemos decir que:

El enfoque abordado no encuadra dentro de nuestro concepto de Responsabilidad Social debido a que en este caso, se hizo hincapié en un evento y no en la problemática tan significativa para los televidentes como es la discapacidad y que según los primeros resultados de la Encuesta Nacional de Discapacidad (Indec 2004), afecta al 7,1 % de la población argentina<sup>22</sup>.

Desde este punto de vista, se percibe que la idea central fue destacar y darle un valor superlativo al logro conseguido por las personas discapacitadas al realizar obras de arte. Esta visión, lejos de las intenciones valorativas originales, vuelve a señalar los preconceptos diferenciadores<sup>23</sup>.

No se consultó a ninguno de los protagonistas del evento, es decir a las que habían realizado las obras para ser subastadas. Como en cualquier cobertura periodística, siempre se debe buscar que los que hablen sean los protagonistas directos. En este caso, las personas con discapacidad. Ellas son las que mejor pueden expresar sus vivencias y problemas y también pueden ayudar a eliminar imágenes estereotipadas.<sup>24</sup>

### **Desarrollo de la unidad informativa: Comicios anticipados<sup>25</sup>**

<sup>22</sup> Idem anterior.

<sup>23</sup> Idem anterior.

<sup>24</sup> Pautas de estilo periodístico sobre discapacidad. Alejandra Nosedá. Imprime: Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) Dirección y realización de arte: Secretaría de Medios de la Nación

<sup>25</sup> Viernes 13 de marzo de 2009. Noticiero “Visión 7”. Canal Siete.

El hecho noticioso en esta oportunidad se refiere a la decisión de la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner a enviar al Congreso un proyecto de ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio. Para ello, como punto de partida se presenta un extracto continuo de 3 minutos y 38 segundos donde la Presidenta expone las justificaciones para refrendar su decisión. A continuación, la segunda unidad informativa, es básicamente un compendio de opiniones de personalidades de la política nacional con respecto a la iniciativa oficial. En el lapso de 10 minutos y 47 segundos, se le brinda la oportunidad ocho personas a que –en unas pocas palabras- expresen su postura.

Una de las características de estas unidades informativas es que no existe una voz en off que introduzca a estas personalidades, o que haga una breve referencia a algún dato que al televidente le permita interpretar o enmarcar la opinión que éste emita. Es decir que durante diez minutos aproximadamente, observamos una acumulación de posturas pero sin ninguna información, dato adicional o llamado de atención, que la fuente en su exposición no lo realizará ya sea por interés o beneficio propio.

Finalmente, para cerrar este tema –y a modo de análisis- se entrevista en el estudio a la Diputada del Frente para la Victoria, Adriana Puigros.

Con esto queremos decir que si bien se destaca la acción de “Visión 7” de brindar espacio a muchos sectores –en este caso de la oposición al gobierno- para que puedan emitir su opinión, consideramos que esta sola actitud no se encuentra dentro de los parámetros de un periodismo Socialmente Responsable.

Para serlo, entendemos que se debe brindar a los televidentes las herramientas para que puedan sacar sus propias conclusiones frente a una determinada situación, es decir, un valor agregado. Como ya hemos mencionado anteriormente en este trabajo, apoyamos la postura de que el periodismo debe cumplir una función de servicio público que se tome el trabajo de desglosar y analizar –lo más objetivamente posible- la realidad para que ése sea el material llegue al público.

Por último, decimos que luego de contraponer las dos posiciones frente a un mismo hecho –lo cual nos parece una función básica del periodismo- consideramos que analizar la situación bajo la óptica de una Diputada oficialista, inclina la balanza. Para que sea Socialmente Responsable, lo ideal sería que una persona neutral, un especialista, nos indique cuales son los beneficios y los contras de –en este caso- adelantar las elecciones.

### **Desarrollo de la unidad informativa: Flexibilización del embargo estadounidense a Cuba<sup>26</sup>**

La flexibilización del embargo estadounidense a Cuba dispuesta por el Presidente de Estados Unidos, Barack Obama, fue desarrollada con un informe y posteriormente con un análisis del periodista especialista en los estudios del noticiero.

Al principio del informe se describe específicamente las características de la nueva postura de Estados Unidos y lo que ella implica para los ciudadanos cubanos tanto en Estados Unidos como para los de la isla. El enfoque adoptado en este caso fue una comparación entre la situación actual y como será una vez que se pongan en marcha las nuevas disposiciones. Por ejemplo: cuantas veces podrán viajar en el año los cubanos residentes en EE.UU., el dinero que podrán gastar y el tiempo que podrán permanecer allí, las nuevas habilitaciones para Raúl Castro tanto para comprar alimentos y medicamentos sin tener que pagar por adelantado, etc.

Seguido a ello, se explicaron los hechos recientes que impulsaron al presidente a impulsar la apertura hacia Cuba, (*Contextualización*) y por último se incluyeron testimonios de cubanos en Estados Unidos quienes emitieron su opinión frente a las novedades.

Después del video, un columnista en el estudio realizó un análisis en mayor profundidad del hecho, realizando un paralelismo con la era Bush, anterior presidente de Estados Unidos.

Finalmente y para reafirmar los conceptos, se colocó en pantalla una placa a modo de resumen identificando cada una de las nuevas medidas contraponiendo el “Antes” y el “Ahora”. (*Valor agregado*).

Este procedimiento –que se repite en las noticias del exterior analizadas- consideramos que es el más completo y más cercano al modelo Socialmente Responsable, en cuanto a su contextualización, su análisis y su posterior fijación de contenidos.

### **Los contenidos en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria**

#### **Fuentes**

La utilización de las fuentes está directamente relacionada con la distribución temática previamente descrita. Por lo cual la primera carencia que destacamos es la de incorporación de

---

<sup>26</sup> Lunes 16 de marzo de 2009. Noticiero “Visión 7”. Canal Siete.

personas u organismos que están fuera del circuito tradicional de los medios de comunicación, éstos son los vinculados a organizaciones de la sociedad civil, fundaciones, etc.

Como otro dato relevante es que Visión 7 no ha tenido a lo largo del periodo analizado ninguna investigación propia. Es decir, no se presentan noticias generadas por ellos mismos, tales como informes referidos a fenómenos o inquietudes actuales. Con esto, estaría dejando de lado una de las características principales que según nuestro concepto lo convierte en un medio Socialmente Responsable.

Tal como se ha mencionado anteriormente, los televidentes actuales reciben la información como un bien imprescindible para comprender el entorno que lo rodea. Los medios por su parte, debieran ampliar ese espectro informativo y poner en pantalla ciertos fenómenos que quizás los ciudadanos no advierten por su propia cuenta. Si por el contrario la situación está visible para ellos, se les debe proporcionar el material procesado para que ellos puedan comprender y tomar sus propias posturas y actuar en base a ellas.

Consideramos que los periodistas son los que tienen la capacidad de captar las pistas que la vida cotidiana les envía y son también los que tienen las herramientas necesarias para decodificarlas y hacérselas llegar al público.

Advertimos que las notas emitidas están vinculadas al “Hoy y Ahora”, lo cual resulta lógico tratándose de un noticiero. Sin embargo, vinculado a lo expuesto anteriormente, presentar eventos y situaciones aisladas no es útil para el espectador.

### **Valor agregado**

El valor agregado que se le brinda a cada noticia es en donde se refleja claramente la Responsabilidad Social de un medio de comunicación. Si bien las 33 de las 60 notas periodísticas que han sido analizadas cuentan con un valor agregado para los televidentes, consideramos que no está suficientemente desarrollado, periodísticamente hablando. Por el contrario, notamos que la información adicional la brinda la fuente. En esos casos, esa información adicional pierde confiabilidad, porque al contrario de la versión periodística esos datos, no están debidamente chequeados o son parciales e incompletos.

En ciertas informaciones, como en conflictos sociales, políticos o cuestiones económicas, este adicional es el puntapié inicial para un análisis crítico, un incentivo hacia la reflexión del televidente y se convierte en una herramienta de gran utilidad para interpretar la información. Estos pueden ser datos estadísticos, datos históricos, antecedentes de las personalidades que

intervienen en las noticias, comparaciones, equivalencias, posibles consecuencias frente a determinados hechos, etc.

Frente a otras situaciones, tales como policiales o vinculadas a la seguridad o a la salud, no se trata de mostrar en pantalla sólo un caso particular, una crónica, sus causas y consecuencias más inmediatas y brindar datos útiles para aquellas personas que pueden estar atravesando por una situación similar.

El valor agregado que se convierte en un elemento de gran utilidad sería por ejemplo:

Si se trata de una enfermedad que está afectando a un sector de la población los datos adicionales que tendrían que ser presentados de manera clara, concisa y si es posible de modo escrito en pantalla serían:

- Síntomas
- Modos de prevención.
- Qué medidas tomar en caso de sufrir los síntomas
- Organismos e Instituciones especializadas que puedan brindar ayuda en cada caso.

Si se trata de un caso de mujeres golpeadas por sus parejas en el hogar:

- Instituciones, ONG's etc que pueden brindar ayuda para la víctima.
- Como y donde realizar las denuncias pertinentes.
- Consejos prácticos para que la víctima pueda manejar momentáneamente su situación y a la persona violenta. Etc.

Todos estos elementos aunque muchas veces puedan parecer reiterativos, se convierten en un factor imprescindible para personas que por falta de recursos o educación se ven sobrepasados por estas situaciones y no conocen el mejor camino para solucionarlos, o por el contrario y más grave aún, las adoptan como situaciones normales y para nada extraordinarias.

### **Territorio Nacional**

Por otra parte, encontramos que no se alude y por ende no se hace conocer lo que ocurre en las provincias con excepción de Buenos Aires. La única mención que se realizó fue para decir que "El tribunal federal de San Luis, condenó a cadena perpetua a dos ex militares y tres policías

acusados por delitos de lesa humanidad cometidos durante la última dictadura militar” (Jueves 12 de marzo de 2009).

Dentro de los parámetros de la R.S. de un medio de comunicación nacional, es indispensable generar el sentido de unidad nacional, fomentar el conocimiento e intercambio de las diferentes realidades que se encuentran a lo largo de todo el territorio argentino. Y esto se consigue –en nuestro caso- haciendo visible para todos los ciudadanos lo que ocurre en las distintas regiones de su país.

### **Diversidad:**

Tal como se mencionó anteriormente la religión es un factor de diferenciación entre la sociedad. En este sentido, el periodismo debe brindarle atención a los asuntos relacionados a los distintos sectores, poniendo el acento en difuminar las diferencias, reducir y reprochar las prácticas discriminatorias.

En Visión Siete, el martes 17 de marzo de 2009 abordaron el XVII aniversario del atentado terrorista a la Embajada de Israel, ocurrido el [17 de marzo de 1992](#) y que causó 29 muertos y 242 heridos, mostrando en un minuto y veintidós segundos imágenes del acto realizado por familiares, amigos de las víctimas y algunos funcionarios. Ese pequeño informe no alcanzó para incluir un contenido que explique a los televidentes -quienes pueden ser jóvenes y niños que aún no conocen el caso- qué fue lo que ocurrió hace 17 años, sus motivos, sus consecuencias y que como punto esencial apunte a mantener activa la memoria y el respeto por los demás.

### **Enfoque**

Un hecho noticioso puede ser considerado y analizado desde muchos puntos de vistas y eso por lo tanto, implica tomar una decisión que marque una postura como medio de comunicación. . El caso a analizar se presentó en la “Síntesis Informativa” del jueves 12 de marzo de 2009. Es decir, esta noticia no fue desarrollada periodísticamente sino que fue relatada por un locutor antes de comenzar la pausa comercial, tal como se transcribe textualmente a continuación:

“Menores desprotegidos: La inacción del Gobierno Porteño en el caso de un niño de ocho años que vive con su abuela alcohólica en una precaria vivienda de la villa 31 fue denunciada por el fiscal Federal Luis Costaratore. El funcionario afirmó que puede advertirse la deliberada inactividad por parte de las instituciones de la ciudad para el resguardo del menor en gravísimo riesgo”.

El foco de atención se puso en este caso en la “inacción del Gobierno Porteño” frente a la situación de un solo niño. Este hecho –dentro de los parámetros de Responsabilidad Social- tendría que funcionar como un disparador para presentar la situación de cientos de niños que viven desprotegidos en la villa 31, agregando los datos estadísticos que así lo demuestren, sus testimonios y los de aquellas personas que trabajan para protegerlos, y como marco la “inacción del Gobierno Porteño” pero fundamentada y desarrollada.

También consideramos importante presentar una placa en pantalla con teléfonos y direcciones útiles para personas que requieran ayuda o para quienes estén dispuestos a brindarlas. Los medios de comunicación con su gran llegada y alcance tienen en sus manos el poder de generar redes de cooperación entre los distintos sectores de la sociedad: entre los que carecen y aquellos que tienen a su alcance las soluciones. Muchas veces ese poder es desperdiciado.

Otro caso que encontramos en donde se podría haber adoptado otro enfoque es en la noticia referida al “Día mundial del Agua” en donde se comentó que la Asamblea ciudadana de Gualeguaychú celebraría el 21 y 22 de marzo el día internacional del agua con actividades culturales y una protesta náutica frente a la pastera Botnia sobre el Río Uruguay. Al igual que la anterior, sólo fue parte de la Síntesis Informativa.

Si tenemos en cuenta que una de las teorías base de la Responsabilidad Social es la “Triple Línea de Resultados” (Elkington, J. 1997) en donde se explica que las empresas no deben hacer foco sólo en lo referente a la variable económica sino que trabajar sobre la Social y la Medioambiental también.

Es por eso que creemos que en vez de tomar como centro la protesta de Gualeguaychú se podría haber realizado un completo informe con contenido educativo y que induzca a la concientización sobre el cuidado del agua y dentro del mismo, incluir un caso (Botnia-Gualeguaychú) un caso que refleje la problemática actual de la contaminación de las aguas.

## CONCLUSIONES

Luego de haber recolectado, procesado y analizado los contenidos presentados en el noticiero “Visión Siete” pudimos observar las particularidades de cada una de las noticias como así también lo que ellas representan en su conjunto.

A continuación detallamos los resultados obtenidos y que nos permiten determinar si los contenidos periodísticos de “Visión Siete” son Socialmente Responsables o no.

Con respecto al análisis cualitativo de los contenidos y formato de las noticias, podemos observar que los *enfoques* planteados, son en su mayoría crónicas para relatar los hechos noticiables como casos aislados. Tal como se han desarrollado algunos ejemplos en el apartado “Hallazgos del estudio”, existen hechos que deben ser difundidos periodísticamente inmersos en un contexto que permita determinar que son parte de un fenómeno actual. Es decir, deben funcionar como disparadores para la producción de informes más completos que una crónica ya que éstos son de mayor utilidad para los televidentes.

Por otra parte, encontramos otras noticias que tal como fueron presentadas no reúnen las características del Periodismo Social. Podemos agregar sin embargo, que esos mismos hechos, planteados desde otros puntos de vista efectivamente si lo serían. Como por ejemplo los hechos vinculados al medio ambiente o a la desprotección de niños carenciados.

La escasez de noticias vinculadas al sector social trae aparejada la utilización de las *fuentes* formales y tradicionales dejando de lado a aquellas que generalmente no poseen su espacio en los medios de comunicación para darse a conocer. Dentro de un total de 64 fuentes utilizadas, podemos señalar que 61 pertenecen al circuito formal de los medios de comunicación (Diputados, Senadores, Ex Presidentes, Dirigentes políticos y gremiales, Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aire, Gobernadores, etc.) y solamente cinco están fuera de ese ámbito. De esas cinco, dos corresponden a testimonios de personas seleccionadas al azar como parte de un informe de noticias del exterior.

Los medios de comunicación Socialmente responsables deben integrar con la mayor fidelidad a todos los actores sociales para contribuir a un diálogo que permita encontrar soluciones sustentables para enfrentar los desafíos que hoy amenazan a la sociedad.

Con respecto a la *contextualización* de cada noticia encontramos que de las 60 unidades informativas 39 sí contaban con esa característica, aunque en la mayoría es escasa. En 11 casos

directamente no encontramos un relato periodístico que permita sumergir la información transmitida en el contexto en el que se dan. Por último, en las 10 restantes, encontramos que el televidente recibe la información mencionada, pero por parte de la fuente. Por lo cual, consideramos que en esos casos, se pierde parte de su valor, ya que cada fuente como parte interviniente en la noticia aporta su visión parcial, no así el periodismo.

La última variable vinculada a las características internas de las unidades informativas analizadas es el *valor agregado* que el periodismo le aporta a cada hecho. Este valor agregado es en muchos casos el aporte educativo o de utilidad que una noticia puede dar. Según nuestro relevamiento, 33 de las 60 noticias recolectadas, cuentan -aunque sea en su mínima expresión- con este adicional. Al igual que la contextualización estos datos en su mayoría son proporcionados por la fuente, entonces además de ser parciales pierden fiabilidad, ya que sus dichos no cuentan con un aval, como los que proporciona el periodismo.

Además del examen cualitativo, en este trabajo realizamos un *análisis cuantitativo* del cual destacamos como primer punto que no se ha presentado ninguna información del área “Redes Sociales” como así tampoco de “Salud”, “Policiales”, “Inseguridad” y “Políticas de Inseguridad”. Como contrapunto las categorías con más caudal de noticias son las de “Elecciones”, “Conflicto Social” y “Deportes”, siguiendo el mismo orden tanto en cantidad de noticias como en tiempo dedicado a las mismas.

La categoría “Elecciones” está directamente relacionada con la Promoción de la Democracia, como se desprende de la definición de R.S. formulada para Canal Siete. Entendemos que en este sentido y en base al caudal de noticias presentadas en este ámbito “Visión Siete” sí le ha brindado la importancia que esto merece. Sin embargo, internamente estas noticias no contaban con el contenido analítico, educativo y crítico para que los televidentes entiendan por ejemplo, cuales son las causas y consecuencias de adelantar las elecciones legislativas a nivel nacional. Los medios de comunicación deben trabajar como un organismo de debate responsable como parte del proceso democrático.

Teniendo en cuenta que Canal Siete es el canal de televisión del Estado y como de eso se desprende, es público, gratuito y de alcance a todo el territorio nacional nos parece contradictorio el hecho de que no exista ni una noticia que haga visible la situación de las provincias que no sean Buenos Aires, a los ojos de sus compatriotas en todos los rincones del país.

A esto se le agrega la falta de información sobre las distintas minorías dentro de la sociedad, delimitadas por ejemplo, por sus religiones, sus costumbres, su lugar de residencia, su rango

social, etc. Con esto queremos decir, que según nuestra definición de RS, este medio debe respetar la diversidad cultural, y consideramos que ignorarlos es la más grave falta de respeto.

Además, en las noticias que sí fueron desarrolladas consideramos que no se ha explotado el poder que los medios de comunicación tienen, ya será que por su gran alcance y/o aceptación. En este sentido, decimos que la postura adoptada por “Visión Siete” tiende a convertirse en el “Perro Guardián” de la sociedad, lo que implica que no se ha involucrado en brindar información útil y práctica que genere sentido de empatía, solidaridad y acción ciudadana.

Concluyendo, y tal como mencionamos en el Marco Teórico, la Responsabilidad Social de un medio de comunicación se refleja tanto en lo que transmite como en lo que no. Frente a los resultados detallados previamente podemos observar que “Visión Siete” como constructor de realidad social, omitió –por voluntad propia y no porque no existiesen hechos noticiables- temas que son profundamente relevantes para la sociedad en la actualidad.

Es por eso, que haciendo un balance entre las exposiciones y las omisiones de noticias en el noticiero de Canal Siete, denominado “Visión Siete” y teniendo en cuenta que es un medio de comunicación estatal y público, es que podemos considerar que las características del periodismo que allí se realiza *no son Socialmente Responsables*.

## **REFLEXIÓN FINAL**

Actualmente no sólo Argentina sino el mundo están sumidos en la *crisis económica* estructural más profunda de los últimos ochenta años. Con ella se arraigan aún más las *crisis educativas*, la *crisis de valores* y la *crisis de identidad* que ya venimos padeciendo como sociedad.

Este contexto nos indica que el camino de la RSE no está equivocado y que es el momento clave para que la ética y la solidaridad sean inseparables de los negocios.

La realidad está exigiéndonos un rol activo y los medios de comunicación, como actores fundamentales de nuestra sociedad, tienen en sus manos todas las herramientas y el poder necesario para comenzar el cambio. Pero no se trata de tener poder, sino de saber y querer utilizarlo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Albornoz, Luis, coord. y Capparelli, Sérgio y Santos, Susy Dos y García Rubio, Carlos y Galperín, Hernán y Hernández, Pablo y Mastrini, Guillermo y Postolski, Glenn y Ramos, Murilo César; “Al fin solos... : la nueva televisión del Mercosur”; Ciccus, La Crujía; 2000; Buenos Aires.
- Barquero Cabrero, José Daniel; “Comunicación y Relaciones Públicas: de los orígenes históricos al nuevo enfoque de planificación estratégica”; Madrid, McGrawHill Interamericana de España, 2001. Capítulo 2, punto 2.2 (del 2.2.1 al 2.2.8).
- Buero, Luis; “Historia de la televisión argentina: contada por sus protagonistas desde 1951 hasta 1996”; 1ª. ed. Universidad de Morón; 1999; Buenos Aires.
- Carroll Archie B.; “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders”; Business Horizons; 1991.
- Comisión de las Comunidades Europeas; “Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las empresas”; 2001; Bruselas.
- Cytrynblum Alicia; “Periodismo Social. Una nueva disciplina”; Ediciones La Crujía; 2004; Buenos Aires.
- CYTRYNBLUM, Alicia. Periodismo social. Una nueva disciplina. Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2004.
- Damián Loreti; “El Derecho a la Información. Relación entre medios, público y periodistas”; Editorial Paidós; 1995.
- Elkington J.; “Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business”; 1997; Capstone, Oxford;
- Francois, Frederic; “El lenguaje, la comunicación”; Ediciones Nueva Visión”; 1973 Buenos Aires.
- Grunig James y Hunt Todd; “Dirección de Relaciones Públicas”; Ediciones Gestión 2000 SA; Barcelona; 2000.
- Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria; “Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria. Manual de apoyo para periodistas”. 2005.
- Instituto Ethos. Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria para Pymes 2005. Gráfica Pugliese Sena.
- José Luís Dador; “El periodista en el espacio público”; Comunicación Bosch; 1992; Barcelona.
- Kliksberg, Bernardo; “Más ética más desarrollo”; Temas Grupo Editorial SRL, 3ª Edición; 2004; Buenos Aires.

- Landi, Oscar. “Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión”; 2ª. ed. Planeta; 1993; Buenos Aires.
- Mattelart, A. y M. Mattelart; “Historia de las teorías de la comunicación”; Paidós; 1997; Barcelona.
- Mauro Wolf; “Los efectos sociales de los media”, Instrumento Paidos, 1994.
- Mindez, Leonardo; “Canal 7 Medio Siglo perdido”; Editorial La Crujía, 2001; Argentina.
- Nora Mazziotti; “Historias de la televisión en América Latina”; Coordinador Guillermo Orozco. Editorial Gedisa. 2002; Barcelona.
- Scheinsohn, Daniel; “Mas Allá de la Imagen Corporativa: cómo crear valor a través de la comunicación estratégica.”; Ed. Macchi; Buenos Aires 1997. Capitulo XX, “XXX”.
- Schwartz Peter y Giba, Blair; “Cuando las buenas compañías se portan mal”; Granica Editores; 2000.
- Sirvén, Pablo; “Quién te ha visto y quién TV: historia informal de la televisión argentina”; De La Flor; 1988; Buenos Aires.
- Tejada Palacios Luis; “Gestión de la Imagen Corporativa. Balance Social”; Editora Norma; 1997; Colombia.
- Teun van Dijk; “La noticia como discurso”; Editorial Paidós; 1990; Barcelona.
- Ulanovsky, Carlos y Itkin, Silvia y Sirvén, Pablo; “Estamos en el aire: una historia de la televisión en la Argentina”; Planeta; 1999; Buenos Aires.
- Vacchieri Ariana; “El medio es la TV” Comp; La marca; 1992; Buenos Aires.
- Van Riel, C.; “Comunicación Corporativa”; Prentice Hall; 1997; Madrid.
- Verón, Eliseo; “Construir el acontecimiento (Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island)” Gedisa; 1983; Buenos Aires.
- Vilches, Lorenzo; “La televisión: los efectos del bien y del mal; Paidós; 1996; Barcelona.
- Wilcox Dennis, “Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas”, Pearson Educación S.A. Editora, Madrid, 2001, Pág. 203-230 y 413-441.

### **Páginas web consultadas**

Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo, en [www.iadb.org/etica](http://www.iadb.org/etica)

ComunicaRSE, en [www.comunicarseweb.com.ar](http://www.comunicarseweb.com.ar)

Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, en [www.ceads.org.ar](http://www.ceads.org.ar)

Foro Ecuménico Social, en [www.foroecumenico.com.ar](http://www.foroecumenico.com.ar)

Global Compact; United Nations; [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, en [www.iarse.org.ar](http://www.iarse.org.ar)

Instituto Ethos de Brasil, en [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)

Responsabilidad Social Empresaria online, en [www.rseonline.com.ar](http://www.rseonline.com.ar)

**ANEXOS**

**Evolución de las definiciones de Responsabilidad Social Empresaria**

En forma paralela al de la empresa el concepto de Responsabilidad Social Empresaria, evolucionó de la siguiente manera:

**Definiciones de Responsabilidad Social Corporativa en el siglo XX**

AUTORES	DEFINICION
Bowen (1953, p.6).	<i>“Se refiere a las obligación de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad”</i>
Davis (1960, p 70).	<i>En un contexto de gestión de la RS se refiere a las decisiones y acciones que los directivos toman y que van en contra, al menos parcialmente de los intereses puramente económicos o técnicos”.</i>
Walton (1967, p18).	<i>El nuevo concepto de responsabilidad social reconoce la importancia de las relaciones entre las corporaciones y la sociedad y tiene en cuenta que los directivos han de considerar esas relaciones y los intereses de los distintos grupos de la sociedad”.</i>
Druker (1984, p.62)	<i>“La verdadera responsabilidad social consiste en convertir un problema social en una oportunidad de negocio y beneficio económico, capacidad productiva, competencia humana, salarios justos y riqueza”.</i>
Elibert y Parker (1973, p.7)	<i>“Quizás la mejor manera de entender RSC es pensar en ella como en un buen vecino. El concepto engloba dos fases. Por una parte, significa no hacer cosas que molesten al vecino. Por</i>

	<i>otra, podría expresarse como la asunción voluntaria de la obligación de ayudar a resolver los problemas del vecindario.</i>
Eells y Walton (1974, p.247)	<i>En su sentido mas amplio la RSC representa un compromiso con las necesidades y objetivos de una sociedad que va mas allá de los meramente económicos. El sistema de negocio tal cual existe en la actualidad solo puede sobrevivir en una sociedad libre funcionando de manera efectiva, el movimiento de RSC representa un compromiso con el rol de la empresa en la gestión y la mejora del orden social.</i>
Fitch (1976, p.98)	<i>“RSC es un importante intento de solucionar problemas sociales causados totalmente o parcialmente por la empresa”.</i>
Carroll (1979, p.500)	<i>“La responsabilidad social de la empresa engloba las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo.</i>
Jones (1980, pp.59-60)	<i>“RSC es la idea de que las organizaciones tienen una obligación con los grupos que constituyen la sociedad que va mas allá de lo que obligan la ley y los contratos.</i>
Castillo (1986, p.2659)	<i>“La obligación ética o moral voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto en reconocimiento y como satisfacción de sus demandas y en reparación de sus daños que pueden haberle sido causados a ésta, a sus personas o a su patrimonio común, por la actividad de la empresa”.</i>
Allen White (199)	<i>“La RSC está basada en la idea de que las empresas tienen que algo a cambio en contraprestación de lo que reciben de ella. Es como una licencia social para operar”.</i>

En una primera etapa -Siglo XX- el término se inclinaba hacia una connotación negativa:

La primera definición realizada por Bowen (1953, p.6) se refiere a la RS como una “Obligación”, cuestión que ya en el Siglo XXI será reemplazado por la palabra “Compromiso”. Es decir, la empresa asume ese compromiso -ya sea para su propio beneficio o no- pero siempre, siguiendo sus propias convicciones y su cultura.

Por eso, la definición propuesta por Davis (1960, p 70) estaría errada al decir que son las “decisiones y acciones que los directivos toman y que van en contra, al menos parcialmente de los intereses puramente económicos o técnicos” ya que -al contrario- dentro del contexto actual, una empresa responsable proyecta una imagen positiva lo cual acarrea más beneficios que puntos en contra.

Mas adelante, llegando al año 1976, Fitch plantea que la RS es “un importante intento de solucionar problemas sociales causados totalmente o parcialmente por la empresa”, cuando en realidad, esto está dejando implícito que la Empresa estaría causando problemas para la sociedad, y cualquier intento de solucionarlo sería percibido por la sociedad como una postura interesada. Hay que partir de la base de que la empresa es una ciudadana más y no debe causar ningún perjuicio a su entorno. Solucionar los problemas que ella misma causa, es admitir que trae problemas.

Resumiendo, durante el Siglo XX, el concepto de RS gira en torno a las ideas de obligación y retribución a la sociedad por un problema ocasionado y además, que implementar estas acciones responsables va en contra de la idea principal de la empresa, es decir, de la maximización de beneficios económicos.

### **Definiciones de Responsabilidad Social Corporativa en el siglo XXI**

AUTORES	DEFINICION
---------	------------

<p>WBCSD (2000, P.10)</p>	<p><i>“La RSC es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad con el objeto de mejorar la calidad de vida.</i></p>
<p>Comision de las Comunidades Europeas (2001,p.7)</p>	<p><i>“La integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”</i></p>
<p>De la Cuesta y Valor (2003)</p>	<p><i>“RSC se puede definir como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de lo derechos humanos”.</i></p>
<p>AECA (2004)</p>	<p><i>“RSC es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su esencia social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa”- Aparece específicamente el tema medio ambiente</i></p>
<p>BSR</p>	<p><i>“La RSC se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una</i></p>

	<i>empresa”.</i>
CSR Europe	<i>“La integración de las operaciones empresariales y valores donde se reflejan los intereses de los stakeholders incluyendo consumidores, empleados, inversores, medio ambiente y comunidad local, en las acciones y políticas de las empresas”:</i>
Fonética	<i>“La RSE consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano.</i>
Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas	<i>“La RSC se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSC es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”</i>
Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (Instituto Ethos. Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria para Pymes 2005. Gráfica Pugliese Sena. Pág. 14)	<i>“La RSC es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad: preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las</i>

	<i>desigualdades sociales”.</i>
PWBLF.	<i>“La RSC es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.</i>
The Center for Corporate Citizenship del Boston collage	<i>“La RSC hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas”.</i>
CSR Europe	<i>“La Responsabilidad Social Corporativa gira en torno a conductas esenciales de las empresas y la responsabilidad por su impacto total en las sociedades en las cuales operan. La Responsabilidad Social Corporativa no constituye una opción adicional ni un acto de filantropía. Una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos -positivos y negativos- que genera en la sociedad”.</i>
Fundación PROhumana CHILE	<i>“Responsabilidad Social es la re s p o n s a b i l i d a d que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (local y global). La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo</i>

	<p><i>humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida”.</i></p>
--	--

En el siglo XXI -como se desprende de las definiciones- la idea de la Responsabilidad Social, como una acción voluntaria, aparece implícita o explícitamente en los nuevos conceptos.

Por otra parte, se acota el campo de acción y se especifica hacia quién estaría dirigida la acción. Se menciona específicamente a los stakeholders como tal, o individualmente (consumidores, empleados, inversores, comunidad etc.). Las expectativas que tiene la sociedad frente a la empresa también aparece en algunos conceptos.

**Distribución temática de las noticias de Visión 7**

(Periodo: 11/03/09 - 17/03/09)

	Dia 1		Dia 2		Dia 3		Dia 4		Dia 5		To
	Minuto s	Q de Noticias	Minuto s								
<b><u>Política y Gobierno</u></b>											
Política de Seguridad											
Política y Gobierno	4,32	2							3,06	1	7,38
Política Económica	2,1	1	8,05	3	5,24	1	2,2	1	3,08	1	20,67
Política Social					1,05	1					1,05
Temas de Derechos Humanos	15,03	1	4,34	1			5,15	1			24,52
Conflicto Social	6,1	3	10,44	3					16,38	4	29,47
Temas de Justicia		1					2,15	1			2,15
<b><u>Inseguridad y Policiales</u></b>											
Inseguridad											
Policiales											
<b><u>Información General</u></b>											
Accidentes y Catástrofes											
Acción ciudadana									1,22	1	1,22
<b><u>Deportes y Espectáculos</u></b>											
Deportes	3,33	3	4,08	2	8,09	3	6	1	3,01	1	24,51
Espectáculos			13,06	2	3,12	2					16,18
<b><u>Noticias del Exterior</u></b>											
Noticias del Exterior	5,26	3	3,26	2	2,18	1			1,32	1	12,36
<b><u>Salud, Redes Sociales y Tercera Edad</u></b>											
Salud											
Redes Sociales y Tercera Edad											
<b><u>Elecciones</u></b>				1	19,34	3	18,31	5	14,06	4	52,11

Total de noticias analizadas 6

## **Títulos y síntesis informativas extraídas de Visión Siete**

### **Miércoles 11 de marzo de 2009**

#### **Títulos**

- Acercando posiciones: tras el contrapunto entre el Gobierno y la justicia por la demora en las causas de derechos humanos, el Jefe de Gabinete Sergio Maza y el titular de la Corte Suprema de Justicia acordaron la reasignación de partidas presupuestarias.
- Huelga docente: Los gremios docentes rechazaron el aumento escalonado propuesto por el Gobierno Provincial y mañana habrá paro. En la Capital Federal tampoco hubo acuerdo y uno de los gremios ALEMIS parará por 48 horas la semana que viene.
- Embriones polémicos: El fin de las restricciones a la investigación a las células madres dispuesta por Barack Obama, trajo repercusiones en Argentina. La iglesia salió a rechazar la aceptación del ministro de Ciencia y Tecnología Marañao.
- Más flexibles con Cuba: El gobierno estadounidense dio vía libre a las modificaciones al bloqueo propuesto por el Congreso y ahora los cubanos estadounidenses podrán viajar una vez por año a la isla.
- Apoyo Xeneize: Tras su alejamiento de la selección nacional, Juan Román Riquelme volvió a entrenar y recibió el reconocimiento de los hinchas. Hoy el enganche de Boca no hizo declaraciones.

#### **Síntesis:**

- Seguridad bonaerense: Carlos Stornelli, el titular de la cartera en la Provincia de Buenos Aires, consideró que la seguridad no sabe de ideologías afirmando que la policía de la Provincia ha cambiado su operatividad su actitud y se juega.
- Consumo de drogas: una vez que el Presidente de la Corte, Rocardo Lorenzetti emita su opinión, el máximo tribunal dará a conocer su fallo que declara inconstitucional la ley que castiga la tenencia para uso personal de estupefacientes.
- Conflicto con el agro: el Frente Agropecuario Nacional expresó que limitar la discusión al tema de las retenciones es una encerrona, sosteniendo que esa instancia impide sostener los intereses de los productores y de la comunidad en su conjunto.
- Plan antievasión: Santiago Montoya, titular de la Agencia de Recaudación Bonaerense presentará un nuevo programa anticrisis 2009 - 2010 destinado a combatir la morosidad y evasión sobre todo en sectores informales de la economía, mejorando la recaudación en el distrito.

### **Jueves 12 de marzo de 2009**

#### **Títulos:**

- **Contrapunto:** Tras la reunión del martes las agrupaciones agrarias y el Gobierno volvieron a entrecruzar acusaciones. La presidenta Cristina Fernández, defendió el proyecto que impulsaba la resolución 125. En un acto en Córdoba los dirigentes del campo volvieron a rechazarla
- **Aulas cerradas:** Tras el rechazo a la propuesta salarial del gobierno provincial quien dijo estar haciendo su máximo esfuerzo, los docentes bonaerenses cumplieron un paro de 24 horas. Los maestros de capital pararon el martes y miércoles próximos
- **Dos por una:** el Jefe del Gobierno Porteño, Mauricio Macri, oficializó el desdoblamiento de las elecciones. Antes de votar Diputados en octubre, el próximo 28 de junio los ciudadanos de la Capital Federal elegirán a sus legisladores.
- **Máxima condena:** El tribunal federal de San Luis, condenó a cadena perpetua a dos ex militares y tres policías acusados por delitos de lesa humanidad cometidos durante la última dictadura militar.
- **Errores papales:** en una carta dirigida a los obispos del mundo Benedicto XVI admitió incorrecciones en el manejo de la excomunión de los cuatro obispos conservadores, entre ellos Richard Williamson, quien negó el holocausto.
- **En defensa de Riquelme:** el técnico de River, Néstor Gorosito, salió a respaldar al jugador de Boca a partir del entredicho con Diego Maradona,

#### **Síntesis:**

- **Juicios a represores:** Hebe de Bonafini, titular de las Madres de Plaza de Mayo sostuvo que las demoras en los procesos por violaciones de los derechos humanos son responsabilidad de los jueces corruptos y que la solución para acelerar las investigaciones consiste en echarlos
- **Menores desprotegidos:** La inacción del Gobierno Porteño en el caso de un niño de ocho años que vive con su abuela alcohólica en una precaria vivienda de la villa 31 fue denunciada por el fiscal Federal Luis Costatore. El funcionario afirmó que puede advertirse la deliberada inactividad por parte de las instituciones de la ciudad para el resguardo del menor en gravísimo riesgo.
- **La tragedia de LAPA:** Robert Paquini, un experto internacional en aviación afirmó que el accidente ocurrido el 31 de agosto de 1999, en el que murieron 64 personas, pudo

haberse prevenido, atribuyendo la responsabilidad a los tripulantes y al personal jerárquico de la empresa.

- Sanidad alimentaria: La Secretaria de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos actualizó en un 20% los aranceles de las prestaciones que realiza el servicio nacional de sanidad y calidad agroalimentaria. Las tasas del SENASA no registraban subas desde hace varios años.

### **Síntesis 2:**

- Control satelital: Brasil analiza la posibilidad de montar un sistema satelital para el control de la frontera con Colombia con vistas a neutralizar el tráfico de drogas. El anuncio fue realizado en Brasilia por ministros de ambos países.
- Ayuda a cuenta gotas: Denuncian que Israel redujo al mínimo los aportes humanitarios hacia la franja de Gaza tras bombardear ese territorio por veintidós días. De 500 camiones que se requieren cada día, solo se permiten el paso de 120 y de los 200 artículos imprescindibles, apenas pueden ingresar 13.
- Campaña en dos ruedas: particularidades de la campaña electoral en Uruguay. El candidato a Presidente del Frente Amplio y ex ministro, José Pepe Mijica, realizará una bicicleteada por Montevideo en un rodado que lo acompaña desde hace 60 años.
- Zapatos para Bush: las imágenes dieron la vuelta al mundo. Ahora el tribunal condenó a tres años de cárcel por ofensas al periodista iraquí que arrojó sus dos zapatos al presidente George Bush cuando visitó en diciembre Bagdad. Durante la conferencia de prensa también le gritó perro.

### **Viernes 13 de marzo de 2009**

### **Títulos:**

- Elecciones anticipadas: el Gobierno enviará el lunes al Congreso el Proyecto de Ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio.
- Posiciones encontradas: mientras el oficialismo celebró el anticipo de las elecciones legislativas, la oposición reaccionó de manera disímil al Proyecto. Mauricio Macri dijo que la convocatoria abre el debate. Néstor Kirchner se pronunció a favor del anuncio.
- Cerca de la punta: en Sarandí Arsenal busca vencer a Rosario Central y alcanzar a Lanús en la cima del torneo.

### **Síntesis nacional**

- Paro docente: En Jujuy maestros y docentes cumplen la segunda jornada de un paro de 72 horas en demanda de una suba salarial. El Gobierno provincial aún no realizó una propuesta superadora de los cien pesos de aumentos ofrecidos a partir del 1 de marzo. Desde el lunes la Asociación de educadores provinciales llevará a cabo una nueva medida de fuerza por 72 horas.
- Propuesta ante la ONU: La titular de abuelas de Plaza de Mayo Estela de Carlotto, celebró el interés demostrado en Ginebra por los países miembros de las Naciones Unidas hacia el Proyecto argentino que promueve la creación de bancos genéticos de datos en otras naciones.
- Día mundial del Agua: la Asamblea ciudadana de Gualeguaychú celebrará el 21 y 22 de marzo el Día Internacional del Agua, con actividades culturales y una protesta náutica frente a la pastera Botnia sobre el Río Uruguay.
- A atrasar los relojes: en el marco del Plan Nacional de Ahorro energético impulsado por el Gobierno los ciudadanos de la capital Federal y de las provincias de Entre Ríos, Santa Fe, Santiago del Estero, Córdoba, Corrientes, Chaco, Misiones, Formosa y Tucumán deberán atrasar los relojes 60 minutos a partir de la cero hora del sábado 16 de marzo.

#### **Lunes 16 de marzo de 2009**

##### **Títulos:**

- Comicios anticipados: con el Proyecto ya firmado por el Poder Ejecutivo el Congreso se dispone a analizar la propuesta que adelanta las elecciones legislativas nacionales para el próximo 28 de Junio. La oposición y el oficialismo expusieron sus posturas
- A puertas cerradas: mañana y pasado los docentes porteños volverán a cumplir un paro en rechazo a la propuesta salarial del Gobierno de Buenos Aires. Los maestros bonaerenses permanecen en alerta a la espera de una nueva oferta.
- Giro a la izquierda: la antigua guerrilla logro un triunfo histórico en las elecciones presidenciales en El Salvador, al imponerse por un estrecho margen a la Alianza Derechista Republicana Nacionalista
- El mounstro de Amstetten: el austriaco Josephn B. se declaró culpable de haber secuestrado, y violado a su hija durante 24 años.
- Otra vez la violencia: el futbol volvió a vivir una jornada de furia, por enfrentamiento entre dos grupos opuestos de la barra brava de Boca Juniors. ¿Quien es quien en la doce?
- Un pionero del Rock: el arte, su música y su trayectoria. En un dialogo a fondo con Lito Nebbia, uno de los máximos creadores del rock nacional.

### **Síntesis:**

- Cronograma electoral: Dos ex presidentes manifestaron su rechazo al proyecto oficial para adelantar las elecciones legislativas. El radical Raúl Alfonsín aseguró que la tarea actual pasa por los problemas económicos y sociales que agobian al país. Por su parte el riojano Carlos Menem adelantó que no sumará su voto en el Senado para que prospere la iniciativa
- No se postulará: El ex jefe de Gabinete Alberto Fernández confirmó que no será candidato en las próximas elecciones pero instó a conformar un proyecto progresista para la ciudad de Buenos Aires.
- Ante la ley: Dos represores deberán afrontar un juicio oral y público por delitos de lesa humanidad durante la última dictadura militar cometidos en la sede de la ESMA. Los ex marinos, Adolfo Donda y Juan Astiz, deberán responder por la apropiación de bienes de desaparecidos.
- Soluciones propias: Un grupo de presos de un gabinete multidisciplinario podrá actuar como mediadores de conflictos intercarcelarios que se produzcan entre detenidos o con el personal penitenciario. Así lo establece un decreto firmado por el Gobernador bonaerense Daniel Scioli.

### **Martes 17 de marzo de 2009**

### **Títulos**

- Pensando en Junio: La comisión la Comisión de Asuntos Constitucionales de diputados aprobó el dictamen para que mañana se debata el Proyecto oficial de adelantamiento de elecciones.
- El campo en debate: el Gobierno y las entidades mantuvieron un nuevo encuentro para analizar la situación del agro. Los productores siguen reclamando por las retenciones.
- A los golpes: una columna de piqueteros se enfrentó con personal de la obra social del gremio de la sede porteña del sindicato de la carne.
- Se enojó Obama: el Presidente norteamericano se indignó por los altos bonos que pagó a sus ejecutivos una aseguradora que sobrevivió con el rescate fiscal.
- Copa libertadores: Lanús se juega su ultima chance para seguir en el torneo frente al Everton chileno. Mañana es el turno de Boca frente a San Lorenzo.

### **Síntesis:**

- Frontal y fatal: Dos hombres y una mujer murieron y otras trece personas sufrieron heridas al chocar dos ómnibus de pasajeros en la Ruta Nacional N° 16 en el chaco.
- Maestros de lucha: docentes porteños agremiados en UTE se manifestaron ante la jefatura del Gobierno de la Ciudad para reclamar más salario para los maestros.
- De fallos y otras hierbas: En cinco sentencias la cámara federal volvió a declarar inconstitucional la ley que castiga la tenencia de estupefacientes para consumo privado. Los fallos se suman a otros de hace menos de un mes, en el que se despenalizó el cultivo de marihuana para uso personal.
- Arde el paraíso: El incendio de bosques nativos declarado el domingo pasado dentro del Parque Nacional Lanin, sigue fuera de control. Las llamas afectaron más de quinientas hectáreas.
- Menos informal: El número de trabajadores en negro se ubico en el 37.8% a fines de 2008 con una caída de 1.5 puntos respecto al 39.3% del último trimestre de 2007.

**Análisis y categorización de noticias en Visión Siete: Área temática, tiempo empleado y valor agregado**

**MIÉRCOLES 11 DE MARZO DE 2009**

Tras el contrapunto entre el Gobierno y la Justicia por la demora en las causas de derechos humanos, el Jefe de Gabinete Sergio Maza y el titular de la Corte Suprema de Justicia acordaron la reasignación de partidas presupuestarias.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Lorenzetti Ricardo. Pres. de la Suprema Corte de Justicia Sergio Maza. Jefe de Gabinete Nacional	2,10	No	Política Económica
Los gremios docentes rechazaron el aumento escalonado propuesto por el Gobierno Provincial y mañana habrá paro. En la Capital Federal tampoco hubo acuerdo y uno de los gremios, ALEMIS, parará por 48 hs la semana que viene.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Roberto Baradel. Sec. Gral. SUTEBA (Docente)	1,42	No	Conflicto social
El Gobierno presentará ante el Congreso el Proyecto De ley de Radiodifusión que va a sustituir a la vigente desde la Dictadura militar.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Silvina Vázquez. Diputada Nacional . Concertación popular	1,14	No	Política y Gobierno
Mujeres militantes por el bicentenario. La presidenta encabeza el acto			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Discurso de la Presidenta	15,03	No	Temas de DD. HH.
María Julia Alsogaray acusada por enriquecimiento ilícito dijo que no cuenta con fondos suficientes para afrontar la sentencia judicial			
No desarrollada			
La iglesia salió a rechazar declaraciones del Min. De Ciencia y Tecnología, Barañao respecto de la investigación de células madres con embriones humanos.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Padre Rubén Rebelo. Coordinador Instituto de Bioética. UCA Lino Barañao. Min. De Ciencia y Tecnología	2,43	Fuente	Conflicto social
Astrada ya no es el Técnico de Estudiantes de La Plata. Pablo Tiburzi (columnista)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	0,45	Si	Deportes
Riquilme: Sin declaraciones. Entrenó con el apoyo de los hinchas. Pablo Tiburzi (columnista)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	0,59	Si	Deportes
Liga de campeones. Futbol Europeo. Pablo Tiburzi (columnista)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	2,29	Si	Deportes

Flexibilización del embargo estadounidense a Cuba.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Presidente de Estados Unidos (Conferencia de prensa)	4,07	Si	Noticias del Exterior
Ciudadano cubano (Cuba)			
Ciudadano cubano (Cuba)			
Selección de una tapa de diario de otro país: "El diario de hoy". El salvador. Pablo Tiburzi (columnista)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	0,21	No	Noticias del Exterior
Sin acuerdo en la Capital Federal. Los gremios docentes rechazaron la propuesta			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Eduardo López. Sec. Gral. UTE	2,25	No	Conflicto social
Representante sindical.			
Inflación del mes de febrero (Adrián González. Columnista)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	1,01	Si	Economía
Comportamiento de los mercados			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
	0,18	No	Economía
Masacre en Alemania // Estado de Alabama: Un hombre mató a diez personas			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
No	0,58	No	Noticias del Exterior
El Canciller Tahiana cerró el encuentro de Embajadores Argentinos en el Palacio San Martín			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Jorge Tahiana. Canciller Argentino	3,18	Si	Política y Gobierno
Leopoldo Bravo. Embajador argentino en Rusia			
Jorge Yoma. Embajador argentino en México			
Darío Alessandro Embajador argentino en Perú			
Pronóstico meteorológico			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	1,31		

#### JUEVES 12 DE MARZO DE 2009

Tras la reunión del martes las agrupaciones agrarias y el gobierno volvieron a entrecruzar acusaciones . La presidenta Cristina Fernández, defendió el proyecto que impulsaba la resolución 125. En un acto en Cordoba los dirigentes del campo volvieron a rechazarla			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Presidente de la Nación Cristina Kirchner	2,17	No	Política Económica

En un acto -al cumplirse un año del conflicto- en Córdoba los dirigentes del campo volvieron a rechazar la resolución N° 125.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Gerardo Morales. Presidente de la UCR	5,29	Si	Conflicto social
Mario Llambías. Confederaciones Rurales Argentinas			
Eduardo Buzzi. Federación Agraria.			
Carlos Gareo. Coniagro			
Columnista (En el estudio)			
El Ministro del Interior Florencio Randazzo se refirió al conflicto agrario y criticó la actitud de Felipe Solá			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
El ministro del Interior Florencio Randazzo	1,39	No	Política Económica
Tras el rechazo a la propuesta salarial del gobierno provincial, quien dijo estar haciendo su máximo esfuerzo, los docentes bonaerenses cumplieron un paro de 24 horas			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Roberto Bradel. Sec. Gral. SUTEBA	3,18	No	Conflicto Social
Stella Maldonado. Sec. Gral. CTERA			
Daniel Scioli. Gobernador Bonaerense.			

En defensa de Riquilme: el técnico de River, Néstor Gorosito salió a respaldar al jugador de boca a partir del entredicho con Diego Maradona (Columnista)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Néstor Gorosito. Director Técnico de River	2,00	Si	Deportes
Incorporación de Hilario Navarro a San Lorenzo			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Hilario Navarro	2,08	Si	Deportes
Miguel Ángel Russo. DT San Lorenzo			
Errores papales: en una carta dirigida a los obispos del mundo, Benedicto XVI admitió incorrecciones en el manejo de la excomunión de los cuatro obispos conservadores, entre ellos Richard Williamson, quien negó el holocausto.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Todo voz en off	2,20	SI	Noticias del Exterior
El Jefe de Gobierno porteño Mauricio Macri, oficializó el desdoblamiento de las elecciones. Antes de votar Diputados en octubre, el próximo 28 de junio los ciudadanos de la capital federal erigirán a sus legisladores.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Mauricio Macri. Jefe de Gobierno de la ciudad de Basas.	2,55	No	Elecciones
Horacio Rodríguez Larreta. Jefe de Gabinete porteño			
Legisladores opositores porteños denunciaron el recorte de presupuesto para la ampliación del Subte porteño y juntaron firmas para exigirselo al gobierno.			
Fuentes	Tiempo	V.A	Temática
Sergio Abrevalla. Legislador porteño. Coalición Cívica	2,05	No	Conflicto Social
Estrenos del cine (Columnista) Películas: París (Drama) - Gomorra (drama) - La ventana (Drama ARGENTINA)			
Fuentes	Tiempo	Valor	Temática

		agregado	
Columnista (En el estudio)	4,39	Si	Espectáculos
El tribunal federal de San Luis, condenó a cadena perpetua a dos ex militares y tres policías acusados por delitos de lesa humanidad cometidos durante la última dictadura militar.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Padre de víctima de los ex militares condenados (en el juicio) (sin nombre)	4,34	Escaso.	Temas de DD. HH.
Persona que fue torturada durante la dictadura(En el juicio) (Sin nombre)			
Luis E. Duhalde. Secretario de Derechos humanos Luis Ale. Subsecretario de Derechos humanos			

Cambios en el Gabinete de Chile (Columnista)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista (En el estudio)	1,06	Si	Noticias del Exterior
Estrenos de Cine( 2ª Parte) : Coraline y la Puerta secreta (Animación) - Sabor y miel (Drama´) - Rebobinados (Comedia) El transportador 3 (acción)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista (En el estudio)	3,52	Si	Espectáculos
Comportamiento de los mercados			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
	0,24	No	Económica
Pronóstico del tiempo			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
	2,17		

**VIERNES 13 DE MARZO DE 2009**

Elecciones anticipadas: el Gobierno enviará el lunes al Congreso el proyecto de ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Cristina Fernández. Presidente de la Nación	3,38	No	Elecciones

Comicios anticipados: repercusiones de de ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio.			
Fuentes	Tiempo	Valor	Temática

		agregado	
Mauricio Macri. Jefe de Gobierno de la Ciudad de Basas	10,47	No	Elecciones
Patricia Bullrich. Diputada Nacional. Coalición Cívica			
Margarita Solbizer. Diputada Nacional. Coalición Cívica			
Gerardo Morales. Senador Nacional. UCR			
Julio Cobos. Vicepresidente de la Nación			
Néstor Kirchner. Presidente del Partido Justicialista			
Sergio Peralta. Gobernador de Santa Cruz			
Mario Das Neves. Gobernador de Chubut			

Comunicación telefónica de Cristina Kirchner con Barack Obama (desde Chubut)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Cristina Fernández. Presidente de la Nación	5,24	No	Política
Repercusiones de la ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Diputada del Frente para la Victoria. Adriana Puigros	5,49	no	Elecciones
Torneo Clausura: en Sarandí Arsenal busca vencer a Rosario Central y alcanzar a Lanús en la cima del torneo / Argentina se prepara para enfrentar a Venezuela y a Bolivia			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Movilero	4,00	Si	Deportes
Entrenamiento de Boca			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Ischia. DT de Boca Junior	3,14	Si	Deportes
El gobierno bonaerense lanzó un plan fiscal Anticrisis para combatir la inflación			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Santiago Montoya. Titular de ARBA	1,05	Si	Política Económica
Comportamiento de los mercados			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
	0,20	No	Económico
Estreno de la obra "El Fantasma de la Opera"			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Panelista en el estudio	1,34	Si	Espectáculos
Liza Minelli en el Luna Park			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Panelista en el estudio	1,38	Si	Espectáculos
Exposición fotográfica "Muestra por la memoria, la verdad y la justicia" en el hall de Canal Siete			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Helen Zout. Fotógrafa	3,40	Si	Acción

Tristan Bauer Presidente del SNMP			Ciudadana
Carlos Lafforge. Director Archivo Nacional de la Memoria			

Pronóstico del tiempo			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
	2,22		

**LUNES 16 DE MARZO DE 2009**

La presidenta firmó el Proyecto de ley que propone adelantar las elecciones legislativas para el 28 de Junio. La propuesta es analizada en el Congreso por el bloque oficialista			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Eduardo Fellner, Pres. de la Cámara de Diputados	2,12	No	Elecciones
Hugo Moyano. Titular de la CGT			
Los bloques opositores analizaron cual será su postura frente al proyecto que propone adelantar las elecciones legislativas para el 28 de Junio.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Elisa Carrió. Titular Coalición Cívica	2,27	No	Elecciones
Oscar Agüad. Titular bloque de diputados UCR			
Felipe Solá. Peronismo disidente			
Postura del Gobierno frente al proyecto que propone adelantar las elecciones legislativas para el 28 de Junio.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Vice Jefe de Gabinete Juan Manuel Abal	1,28	No	Elecciones
Los docentes porteños volverán a cumplir un paro en rechazo a la propuesta salarial del Gobierno de Buenos Aires			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Dirigente de los docentes	2,15	No	Conflicto Social
Rodolfo Arrechea. ATE Capital			
Sexta fecha del Torneo Apertura.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Carlos Ischia DT de Boca	6,00	Si	Deportes
Ricardo Caruso Lombardi DT Racing Club			
La antigua guerrilla logró un triunfo histórico en las elecciones presidenciales en El Salvador, al imponerse por un estrecho margen a la alianza derechista republicana nacionalista			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Hugo Chavez. Presidente de Venezuela	12,14	Si	Noticias del Exterior
Rigoberta Menchú. Premio Nobel de la Paz.			
Elecciones anticipadas: repercusiones en el ámbito político			
Fuentes	Tiempo	Valor	Temática

		agregado	
Eduardo Macaluse. Diputado Nacional SI	3,39	No	Elecciones
Carlos Raimundi Diputado Nacional SI			
Interna entre los barrabravas de Boca.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Gustavo Veiga Periodista	2,14	SI (análisis)	Elecciones
Conflicto con el campo. Reunión entre el campo, la oposición y el gobierno.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	2,20	Si	Política Económica
Entrevista a Lito Nebbia			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Lito Nebbia	14,22	Si	Espectáculos
El austriaco Josephn B. se declaró culpable de haber secuestrado, y violado a su hija durante 24 años. Comenzó el juicio.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
No	2,18	No	Noticias del Exterior
Trata de personas: Reclaman modificar la legislación			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Amiga de Florencia (víctima de la trata de personas)	5,15	Si	Temas de DD. HH.
Amiga de Florencia (víctima de la trata de personas)			

### **MARTES 17 DE MARZO DE 2009**

La comisión de asuntos constitucionales de Diputados aprobó el dictamen para que mañana se debata el Proyecto oficial de adelantamiento de elecciones.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
José García Hamilton. Diputado nacional UCR	2,55	SI	Elecciones
Jorge Landau Diputado nacional FPV			
Vilma Ibarra. Diputada Nacional Encuentro Popular			
Kirchner en la Plata. Ex Presidente criticó a la oposición en referencia al adelantamiento de las elecciones			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Ex Presidente Néstor Kirchner	2,28	NO	Elecciones
Análisis del Proyecto de adelantamiento de las elecciones: Diferentes posturas frente a ellos.			
Fuentes	Tiempo	V.Agregado	Temática
Columnista	3,46	Si	Elecciones
Una columna de piqueteros se enfrentó con personal de la obra social del gremio de la sede porteña del sindicato de la carne			

Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Personal del gremio	2,31	Si	Conflicto Social
<b>Copa Libertadores</b>			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	3,01	si	Deportes
Juan Cabandie. Legislador porteño en el estudio analiza el Proyecto de adelantamiento de las elecciones legislativas			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Juan Cabandie	5,37	Si	Elecciones
El presidente norteamericano se indignó por los altos bonos que pagó a sus ejecutivos una aseguradora que sobrevivió con el rescate fiscal.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
	1,32	Si	Noticias del Ext.
Cumbre del G20. Análisis de un columnista en el estudio.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Columnista	3,06	Si	Política y Gobierno
La presidenta anunció en Córdoba la vuelta al Estado de la fábrica militar de aviones			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Discurso de la Presidenta	3,08	No	Política Económica
El gobierno y las entidades agrarias mantuvieron un nuevo encuentro para analizar la situación del agro. Los productores siguen reclamando por las retenciones.			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Eduardo Buzzi. Federación Agraria	2,53	No	Conflicto Social
Hugo Biolcatti. Sociedad Rural			
Mario Llambías. CRA			
El gobierno y las entidades mantuvieron un nuevo encuentro para analizar la situación del agro. Los productores siguen reclamando por las retenciones.			
Fuentes	Tiempo	V. A.	Temática
Ministro Randazzo	2,31	No	Conflicto Social
Analista en el estudio (Adrián González, Economista)			
Fuentes	Tiempo	Valor agregado	Temática
Adrián González, Economista	6,52	Si	Conflicto Social
Se cumplieron 17 años del atentado terrorista a la Embajada de Israel.			
Fuentes	Tiempo	V. agregado	Temática
	1,22	No	Acc. Ciudadana

### **Análisis y categorización de noticias en Visión Siete: Enfoque y Contextualización**

#### **MIERCOLES 11 DE MARZO DE 2009**

Tras el contrapunto entre el Gobierno y la Justicia por la demora en las causas de derechos humanos, el Jefe de Gabinete Sergio Maza y el titular de la Corte Suprema de Justicia acordaron la reasignación de partidas presupuestarias.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado

Por que es importante para todos los juicios que todos los jueces tengan más personas y que se aceleren los juicios. Proyecto de informatización.	Ok	No. No dan datos. Ej: cuanto tarda hoy un juicio en las condiciones en que estamos. Cuanto tardaría con más personal, cuanto es la nueva reasignación presupuestaria.
Los gremios docentes rechazaron el aumento escalonado propuesto por el gobierno provincial y mañana habrá paro. En la Capital Federal tampoco hubo acuerdo y uno de los gremios ALEMIS parara por 48 hs la semana que viene.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Reclamo salarial	Voz en OFF: Por que es el paro. Que reclaman y para cuando se convocó. Cual fue la propuesta del gobierno.	No. El estado en que están las escuelas y sus problemas de infraestructura, la deserción escolar por falta de recursos económicos lo dice la fuente.
María Julia Alsogaray acusada por enriquecimiento ilícito dijo que no cuenta con fondos suficientes para afrontar la sentencia judicial		
No desarrollada		
El Gobierno presentará ante el Congreso el Proy. De ley de Radiodifusión que va a sustituir a la vigente desde la Dictadura militar.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
	Lineamientos básicos de la ley (Fuente). Y reflexión sobre epocas pasadas en relación a la prensa y la censura. (Fuente)	
Mujeres militantes por el Bicentenario. La presidenta encabeza el acto.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
En vivo y en directo desde el acto en Avellaneda. Discurso de la Presidente.	No	No

La iglesia salió a rechazar declaraciones del Min. De Ciencia y Tecnología, Barañao respecto de la investigación de células madres con embriones humanos.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
La importancia -según el Ministerio- de estas investigaciones para las enfermedades que sufren las personas. Las repercusiones en la Iglesia que cuestionaron el apoyo del Ministro.	Decisión de Barack Obama de impulsar las investigaciones con células madres.	

Astrada ya no es el DT de Estudiantes de La Plata		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Su paso por el Club. Sus comienzos y los conflictos y resultados que lo alejaron.	Su paso por el Club. Sus comienzos y los conflictos y resultados que lo alejaron.	Sí
Riquilme: Sin declaraciones. Entrenó con el apoyo de los hinchas		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
El apoyo recibido	No explican que pasó. Ni mencionan cuando y por que renunció el jugador.	Quien ocupará su lugar en la selección.
Liga de campeones. Futbol Europeo		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Goles del partido y la participación de los argentinos		Sí
Flexibilización del embargo estadounidense a Cuba.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Las características de la flexibilización y sus implicancias en las personas.	Que podían hacer antes los cubanos que vivían en estados unidos y que podrán hacer ahora. Además de lo que podrán hacer los cubanos en Cuba. Panorama internacional: cambio de posición de otros países sobre el bloqueo.	Datos y especificaciones de la ley. Columnista analiza la decisión del presidente estadounidense: Placas escritas que explican como era la situación antes y como será a partir de que se apruebe la flexibilización.
Sin acuerdo en la Capital Federal. Los gremios docentes rechazaron la propuesta		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Que les ofreció el gobierno a los docentes. Que piden y que medidas tomarán los docentes (Fuentes)	Lo da la fuente. Voz en off: como continuará la situación en los próximos días.	
Inflación del mes de febrero (Adrián González. Columnista)		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Datos que dio el INDEC en contraposición con las empresas privadas.	No	Datos numéricos y áreas en donde se ven reflejado el aumento de precio. Acumulación en el año.

Comportamiento de los mercados		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Enumeración de la situación en los mercados y cotización de las monedas internacionales.	No	Sin menciones de cuanto viene subiendo o no la moneda que influye en la vida de los argentinos.
Masacre en Alemania // Estado de Alabama: Un hombre mató a diez personas		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Crónicas de la masacres	Si	
El Canciller Tahiana cerró el encuentro de Embajadores Argentinos en el Palacio San Martín		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Reunión: para que se realizó. Temas abordados y nuevas disposiciones internacionales. Datos de los vinculos comerciales de la argentina.	Ok	Sí. (La mayoría lo da la fuente)

**JUEVES 12 DE MARZO DE 2009**

Tras la reunión del martes las agrupaciones agrarias y el gobierno volvieron a entrecruzar acusaciones . La presidenta Cristina Fernández, defendió el proyecto que impulsaba la resolución 125. En un acto en Córdoba los dirigentes del campo volvieron a rechazarla		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
	No	No
En un acto -al cumplirse un año del conflicto- en Córdoba los dirigentes del campo volvieron a rechazar la resolución N° 125.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Contrapunto con la noticia anterior.	Respuesta a los dichos de la presidente a un año del conflicto.	Características de la Resolución N°125. Periodista. Datos numéricos (Fuente) Columnista explica y analiza el documento presentado por las agrupaciones agrarias
El ministro del Interior Florencio Randazzo se refirió a este conflicto agrario y criticó la actitud de Felipe Solá		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Decisiones tomadas por el Gobierno anteriormente a favor del campo. Criticas a Solá.	Si	
Tras el rechazo a la propuesta salarial del gobierno provincial quien dijo estar haciendo su maximo esfuerzo, los docentes bonaerenses cumplieron un paro de 24 horas		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Pedido de los docentes y ofertas del gobierno. Contraposición.	Razones del paro y acatamiento de los docentes a las medidas.	
En defensa de Riquilme: el técnico de River, Néstor Gorosito salió a respaldar al jugador de boca a partir del entredicho con Diego Maradona		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Referencia a un conflicto	Referencia a un conflicto	
Errores papales: en una carta dirigida a los obispos del mundo Benedicto XVI admitió incorrecciones en el manejo de la excomuni3n de los cuatro obispos conservadores, entre ellos Richard Williamson, quien negó el holocausto.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado

Crónica de lo ocurrido. Y características de la carta.	Características y razones de la excomunión.	si
El Jefe del gobierno porteño Mauricio Macri, oficializó el desdoblamiento de las elecciones. Antes de votar Diputados en octubre, el próximo 28 de junio los ciudadanos de la capital federal elegirán a sus legisladores.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Sorpresiva decisión de Macri.	Motivos de la decisión (Macri)	No
Legisladores opositores porteños denunciaron el recorte de presupuesto para la ampliación del Subte porteño y juntaron firmas para exigírselo al gobierno.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Reclamo y denuncia del estado del subte	Promesas de la campaña de Macri, estado de la red de subterráneos (Fuente)	No. Dice: El abandono de las obras de subterráneos por parte del gobierno porteño perjudica a millones de usuarios que la utilizan en forma diaria.
Estrenos del cine (Columnista) Películas: París (Drama) - Gomorra (drama) - La ventana (Drama ARGENTINA)		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Crónica del Juicio y repercusiones en personas relacionadas al mismo.	Datos de la condena. Razones de la condena, datos. Principales eventos del juicio. Dice que fue histórico por ser el primer veredicto frente a estos hechos en la zona de Cuyo.	Se puede ver en los espacios INCAA de todo el país.
El tribunal federal de San Luis, condenó a cadena perpetua a dos ex militares y tres policías acusados por delitos de lesa humanidad cometidos durante la última dictadura militar.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
La cantidad de cambios en el corto plazo. Enumeración y rumores de las razones de los cambios.	Conflictos entre Chile y Perú.	
Estrenos de Cine( 2ª Parte) : Coraline y la Puerta secreta (Animación) - Sabor y miel (Drama) - Rebobinados (Comedia) El transportador 3 (acción)		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Enumeración de los estrenos de la semana	Películas extranjeras.	Festival de Mar del Plata. Lanzamiento oficial.

Comportamiento de los mercados		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Enumeración de la situación en los mercados y cotización de las monedas internacionales.	No	No

VIERNES 13 DE MARZO DE 2009

Elecciones anticipadas: el gobierno enviará el lunes al Congreso el proyecto de ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
	Convocatoria a elecciones (Las justificaciones la da la fuente)	
Repercusiones de de ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Opinión de la oposición con respecto a ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio.	Que implica adelantar las elecciones. Por que se oponen. Por qué es riesgoso para la sociedad. (dado por las fuentes). SI. Crisis económica mundial.	No
Comunicación telefónica de Cristina Kirchner con Barack Obama (desde Chubut)		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Crónica.	SI, como se concretó. De que se habló (Fuente). Mario das Neves repercusiones	No

Repercusiones de de ley que propone el adelantamiento de los comicios electorales para el próximo 28 de junio.		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Charla con Diputa del Frente para la Victoria. Adriana Puigros. En estudios. Que beneficios trae las elecciones y su opinión frente a esto.	No	No
Torneo Clausura: en Sarandí Arsenal busca vencer a Rosario Central y alcanzar a Lanús en la cima del torneo / Argentina se prepara para enfrentar a Venezuela y a Bolivia		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Previa al partido, desde la cancha	Si. Como llega cada equipo al partido	Formaciones de cada equipo
Entrenamiento de Boca		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Situación futbolística de Juan Román Riquelme en el Club y en la selección Nacional	No. La da la fuente.	No
El Gobierno bonaerense lanzó un plan fiscal Anti- crisis para combatir la inflación		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
En qué consiste.	Lo da la fuente: porque se llegó a esta situación fiscal.	No
Estreno de la obra "El Fantasma de la Opera"		

Enfoque	Contextualización	valor agregado
Características de la obra	Lugares del mundo en donde se realizó. Cantidad de gente que la vio. Contexto histórico de la época a la que se refieren las imágenes	Sí, que días y a donde se la puede ver.
Exposición fotográfica "Muestra por la memoria, la verdad y la justicia" en el hall de Canal Siete		
Enfoque	Contextualización	valor agregado
Características de la muestra	Contexto histórico de la época a la que se refieren las imágenes	Sí, que días y a donde se la puede ver.

<b>LUNES 16 DE MARZO DE 2009</b>		
La presidenta firmó el Proyecto de ley que propone adelantar las elecciones legislativas para el 28 de Junio. La propuesta es analizada en el Congreso por el bloque oficialista.		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Que piensan las fuentes con respecto al Proyecto.	Cantidad de votos a favor supuestos hasta el momento.	
Los bloques opositores analizaron cual será su postura frente al proyecto que propone adelantar las elecciones legislativas para el 28 de Junio.		
Enfoque	contextualización	valor agregado
La unión Cívica Radical y la Coalición Cívica definieron su posicionamiento. Describen las razones de por qué se oponen al Proyecto.	Si	No
Postura del Gobierno frente al Proyecto que propone adelantar las elecciones legislativas para el 28 de Junio.		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Los beneficios de adelantar las elecciones.	Si	
Los docentes porteños volverá n a cumplir un paro en rechazo a la propuesta salarial del Gobierno de Buenos Aires		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Características del paro. Quienes participan y su postura frente al conflicto.	No	No
Sexta fecha del torneo apertura.		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Violencia en el futbol Interna entre los barrabravas de Boca. Goles de la fecha y posiciones relativas de los equipos. Boca Junior en la Copa Libertadores	Razones de la interna que genera el conflicto entre barras brava. Situación de los equipos y de los jugadores.	SI
La antigua guerrilla logro un triunfo histórico en las elecciones presidenciales en el salvador, al imponerse por un estrecho margen a la alianza derechista republicana nacionalista		

Enfoque	contextualización	valor agregado
Crónica de las elecciones y repercusiones del triunfo.	Características de la Campaña electoral. Datos históricos	Datos históricos, económicos y estadísticos del El Salvador. Análisis de los problemas que tendrán que enfrentar el nuevo gobierno. Posibles soluciones para sus problemas (Columnista en el estudio)
Elecciones anticipadas: repercusiones en el ámbito político		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Describen las razones de por qué se oponen al Proyecto.	Anteriormente al principio del programa	No.
Interna entre los barrabravas de Boca.		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Análisis de los motivos de las razones de la violencia en el futbol entre barrabravas.	Si	SI
Conflicto con el campo. Reunión entre el campo, la oposición y el gobierno.		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Proyecto de la oposición para que el campo no pague retenciones. Análisis del columnista.	Si	Datos numéricos. Análisis de un caso: características de la situación de un productor de soja.
Entrevista a Lito Nebbia		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Entrevista: su historia como músico enmarcado sus letras en la época histórica	Si	SI
El austriaco Joseph B. se declaró culpable de haber secuestrado, y violado a su hija durante 24 años. Comenzó el juicio.		
Enfoque	contextualización	valor agregado
Relato del caso y últimas novedades del juicio.	Relato del caso.	No.
Trata de personas: Reclaman modificar la legislación		
Enfoque	contextualización	valor agregado
En base al caso de Florencia, se explica que es la trata de las	Si	SI

personas y como funciona. Testimonio de sus familiares.		
--	--	--

**Consolidación de los Multimedia: 2003 hasta la actualidad. Ejemplo: Grupo Clarín**

Según lo desarrollado en la sección “Desarrollo de la Televisión Argentina: La historia y sus contenidos” el periodo 2003 hasta la actualidad se caracterizó por la consolidación de los grupos económicos que tienen bajo su propiedad una gran abanico de medios de comunicación. A continuación desglosamos a modo de ejemplo el “Grupo Clarín”.

