

# El “tarifazo” del año 2016 y su tratamiento en medios digitales salteños y nacionales

Mauro Alejandro Montone | Rodrigo Durán

Universidad Nacional de Salta

mauromontone1996@gmail.com | duran.cayon@gmail.com

¿Cómo citar este artículo en Norma APA 7ma Edición? Montone, Mauro Alejandro; Durán, Rodrigo (2024). El “tarifazo” del año 2016 y su tratamiento en medios digitales salteños y nacionales. *Pluriversos de la Comunicación*, 178-195

## Resumen

El presente trabajo se enmarca dentro de los estudios de la agenda mediática y analiza, desde la perspectiva conceptual de la *Agenda-Setting*, el tratamiento informativo que le dieron dos medios digitales provinciales (*El Tribuno y La Gaceta Salta*) y dos de alcance nacional *Clarín* y *La Nación*) a los aumentos en las tarifas de los servicios de electricidad y gas por red durante el primer año de gobierno de Mauricio Macri; hecho tematizado en la agenda pública como “tarifazo”.

Específicamente, se buscó establecer cuáles fueron los temas desagregados del “tarifazo” que más relevancia adquirieron en base a la asiduidad con la que aparecieron en la cobertura, y el tipo de atributos o agenda atributiva desplegada relativa a cada uno de los temas. El trabajo empírico se asentó en la metodología del análisis de contenido cuantitativo.

Los principales resultados de la investigación indican que existió un fuerte nivel de consonancia tanto de los medios digitales salteños como los nacionales en otorgarle relevancia a los acontecimientos y atributos vinculados con la judicialización de las tarifas por sobre otros aspectos (como el impacto sobre los usuarios o el ahorro de energía, por ejemplo). Al mismo tiempo, la mayor cantidad de noticias datan de los meses de julio y agosto, período en el cual sucedieron los fallos de la justicia instando la nulidad de los aumentos. Tales resultados son congruentes con el estilo periodístico de las noticias en internet incorporando componentes de espectacularización en la cobertura.

## Introducción

En esta contribución se pretende analizar la cobertura mediática del “tarifazo” por parte de dos medios digitales de referencia nacional de Buenos Aires (*Clarín* y *La Nación*) y dos de referencia provincial para la provincia de Salta (*El Tribuno* y *La Gaceta Salta*), una medida política económica que afectó a todo el país —en especial a las provincias con mayores privaciones como el caso salteño— en el contexto del primer año del gobierno de Mauricio Macri (2015-2019) en donde los aumentos se constituían en un caso de resonancia en la opinión pública.

Los aumentos en los servicios públicos en aquel período fueron denominados por sectores de la opinión pública, de los medios de comunicación y de los debates formales por parte de algunos funcionarios estatales, como “tarifazo” (Cantamutto, 2016; Varesi, 2016; Sabatella y Burgos, 2017). Este “tarifazo” formó parte de las consignas de diversas protestas en todo el país, que se manifestaron en contra de la medida, así como también tuvo su correlato en los medios de comunicación y las redes sociales (Aruguete y Calvo, 2018; Slimovich, 2017). Las protestas nuclearon a usuarios residenciales, organizaciones civiles, sectores comerciales y productivos, autoridades políticas (Wyczykier, 2018). El conflicto por los aumentos tarifarios llegó incluso a instancias judiciales cuando la Corte Suprema de Justicia de la Nación<sup>1</sup> se expidió en agosto de 2016 e hizo retrotraer las tarifas a valores previos a abril de ese año por haber alterado los procesos de Audiencia Pública<sup>2</sup>, cuando iniciaron los aumentos.

El “tarifazo” de los servicios de electricidad y gas fue un asunto de resonancia pública durante el año 2016 en Argentina a nivel nacional, constituyéndose como un caso que involucró el pronunciamiento de los tres poderes estatales, manifestaciones sociales espontáneas, de multisectoriales y movimientos políticos. Algunas investigaciones recientes sobre la discusión pública respecto del “tarifazo” se han centrado en la circulación de flujos de interacción en la red social twitter por parte de usuarios argentinos (Aruguete y Calvo, 2017; Slimovich, 2017), a partir de que muchas de las manifestaciones generadas en torno a los aumentos en las tarifas se motorizaron principalmente en esta plataforma, principalmente mediante el hashtag #Tarifazo. Se propagaron publicaciones que ofrecieron narrativas polarizadas, tanto pro oposición, generalmente afines al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y,

1. Un análisis más exhaustivo sobre este proceso puede verse en Goldfarb (2016).

2. Según lo establecido por ley N° 24.076, el Decreto N.º 1172/2003 y el artículo 42 de la Constitución Nacional, el Estado debe garantizar tanto el acceso a la debida información, así como también una instancia de participación de la ciudadanía en el proceso de toma de decisión sobre los servicios públicos.

narrativas pro oficialistas al gobierno de Mauricio Macri. No obstante, los resultados de los trabajos citados muestran un fuerte protagonismo de las noticias digitales y los medios tradicionales como promotores de muchas de las premisas que sostuvieron las distintas discusiones en redes sociales. Esto suscita a que las noticias en medios digitales sean uno de los ejes que interesen analizar en la presente investigación.

De lo anterior, se desprende que las narrativas que circularon en la discusión pública estuvieron relacionadas con la intención de justificar, polemizar o impugnar la medida del “tarifazo”. Narrativas que circularon tanto en los medios de comunicación, así como también en los flujos de interacción en redes sociales; en los que se ofrecían diversos relatos sobre los hechos ocurridos. La coexistencia de múltiples versiones sobre los mismos asuntos en la discusión pública está vinculada con el hecho de que la realidad que aparece en los medios de comunicación es el resultado de procesos de inclusión de algunos sucesos —desde un enfoque particular— y la exclusión de otros (Alsina, 1993). Y esta representación de la realidad está compuesta por una multiplicidad de acontecimientos, los cuales se convierten en temas (*issues*) cuando afectan, limitan u organizan la experiencia de individuos o grupos (Molotch y Lester, 2001); o bien, cuando se convierten en controversias públicas o políticas y, por ende, son percibidos por la población como preocupaciones que deben ser atendidas y resueltas (Aruguete, 2016). Selección, énfasis, omisión, encuadre; mediante cualquiera de estas operaciones es que en los discursos de los medios de comunicación se vehiculan diferentes posiciones políticas (Eilders, 2000).

La relación entre las noticias y la política se complejiza aún más cuando consideramos el escenario actual, en donde los avances en las tecnologías infocomunicacionales vienen modificando sustancialmente los circuitos de producción y consumo informativo. Todo el ecosistema de medios a nivel global se ha visto afectado por la irrupción del internet (Scolari, 2014) y, en ese proceso, que aún continúa, se trastocaron los fundamentos básicos de la profesión periodística (Retegui, 2017; Casini, 2017; Zunino y Grilli Fox, 2020). El lector objetivo del periodismo digital va dejando de ser aquel que recurre al medio o soporte que las contiene — como ocurría con el periódico impreso—, sino que este ahora se encuentra directamente con la noticia en el espacio web, muchas veces de manera fortuita o incidental (Mitchelstein & Boczkowski, 2017). Ante este contexto, la producción de periodismo en la web

ha adquirido nuevas modalidades a la hora de seleccionar y encuadrar los acontecimientos susceptibles de ser noticiables, los medios digitales deben competir con flujos constantes de información, por lo que se suelen considerar contenidos virales e instantáneos (Luchessi, 2018), muchas veces apelando a una retórica argumentativa sensacionalista para captar la atención de los lectores (Martini, 2017).

Circunscribiendo la discusión al caso argentino, podemos dar cuenta de un ecosistema mediático asimétrico con la posición dominante de conglomerados empresariales de larga trayectoria como Grupo Clarín y Grupo La Nación, con sede en la zona metropolitana de Buenos Aires (Becerra, 2015). Resulta pertinente pensar la relación entre la producción informativa desde los medios nacionales con sede en la capital del país y la producción informativa desde medios en otras provincias respecto de temas políticos nacionales. Se observa que en las provincias periféricas suelen articularse bajo una lógica de flujos verticales de información (Picco, 2013, 2017), en donde los medios metropolitanos bonaerenses muchas veces demarcan la agenda nacional y son fuentes de los medios de provincias periféricas y la información producida desde estas provincias ocupan un espacio en la agenda mediática nacional a partir de sucesos episódicos (generalmente con una cuota de espectacularización) o bien cuando se trata de noticias panorámicas que incluyan a varias provincias en conjunto.

Lo desarrollado en los párrafos anteriores, suscita el interés de indagar sobre la cobertura que realizan medios digitales nacionales del área metropolitana de la capital del país y medios digitales de una provincia periférica, sobre un hecho de resonancia nacional como lo fue el “tarifazo” del año 2016. El abordaje metodológico para la investigación que nutre este artículo es de orientación cuantitativa, desde la perspectiva conceptual de la *Agenda-Setting*, típicamente utilizada para el análisis mediático dentro del campo de la comunicación política. En términos específicos, se pretende establecer cuáles fueron los temas que más relevancia adquirieron y los atributos desplegados con mayor asiduidad sobre cada tema. La elección de estos medios se debe a su importancia en el espacio mediático tanto a nivel nacional y provincial, en el caso de los medios digitales de Salta, así como también la disponibilidad de noticias en sus respectivos dominios de internet.

### **Preguntas e hipótesis del trabajo**

---

A partir del problema construido, las indagaciones que sirven como antecedentes (Gómez Wagner, 2020; Aruguete y Calvo, 2017, 2018a, 2018b; Slimovich, 2017) tanto como la literatura especializada en los análisis mediáticos desde las teorías de la *Agenda-Setting* (McCombs, 2006; Aruguete, 2016) se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿En qué momento la cobertura de las subas tarifarias en servicios energéticos durante el primer año de gobierno de Cambiemos alcanza su ‘pico de notoriedad’? ¿El ‘pico de notoriedad’ de la cobertura sucedió en el mismo momento para cada uno de los 4 medios digitales seleccionados? ¿Cuáles fueron los temas dominantes en la cobertura de los aumentos tarifarios? ¿Cuáles resultaron los atributos mayormente desplegados para caracterizar a los distintos temas en la cobertura? ¿Existió homogeneidad o heterogeneidad en los atributos desplegados en los medios digitales seleccionados?

Una investigación previa de Celeste Gómez Wagner (2020), sobre la cobertura mediática del “tarifazo” del 2016 por parte de la versión impresa de Clarín, contribuye a plantear las siguientes hipótesis de trabajo:

Hipótesis N°1: El pico de notoriedad en la cobertura de los aumentos tarifarios por parte de los 4 medios digitales analizados fue alcanzado en el mes de agosto, correspondiente al mes en el que el poder judicial se pronuncia por primera vez sobre los aumentos.

Hipótesis N°2: La “judicialización de las tarifas” fue el tema que adquirió mayor relevancia en función de la frecuencia de apariciones dentro de la cobertura.

### **Estrategia metodológica**

---

El trabajo empírico llevado a cabo para este artículo se basó en la realización de un análisis de contenido cuantitativo (Krippendorff, 1990) de las publicaciones relativas al tarifazo durante el año 2016 por la versión digital de los diarios *El Tribuno*, *La Gaceta Salta*, *Clarín* y *La Nación*.

El procedimiento para la extracción de las noticias de las páginas web de los medios fue inspirado en la propuesta de Sánchez Sábate, del Valle y Mensa (2019) para la creación de corpus temáticos de noticias web a partir del aprovechamiento de las herramientas de

la búsqueda avanzada y estándar de Google. Así, se extrajeron todas las noticias durante el período del primer año del gobierno de Mauricio Macri (10/12/2015 a 10/12/2019) que tuviesen el término “tarifazo” en el título, o que hicieran alusión a las subas de las tarifas de electricidad y gas natural para cada uno de los dominios de los diarios.

La elaboración del libro de códigos (*codebook*) incorporó las siguientes variables que operacionalizan la tematización del tarifazo y la agenda de atributos (*attributive Agenda-Setting*) en base a la propuesta de Gómez Wagner (2020):

Tabla 1: Libro de códigos para los temas y atributos del tarifazo

Tema	Atributo
<b>“Cuestión tarifaria”</b> Acontecimientos referidos a lo tarifario en tanto medida político-económica; por ejemplo, información acerca de lo aumentos y/o cambios en las tarifas; cuestiones relativas a la gestión y/o quita de subsidios; desacuerdos y/o negociaciones entre el poder ejecutivo y las empresas prestadoras de servicios	· Desacuerdos y/o negociaciones entre el Gobierno y las prestadoras privadas; o entre éstas y los Entes reguladores.
	· Gestión de subsidios en el gobierno actual.
	· Gestión del gobierno anterior respecto del tratamiento de la cuestión tarifaria.
	· Eficiencia en la gestión actual de los servicios públicos.
	· Ineficiencia en la gestión actual de los servicios públicos.
<b>“Ahorro de energía”</b> Aspectos referidos al cuidado de energía, la austeridad en el consumo energético, y el desarrollo de energías alternativas o no convencionales.	· Nuevos hábitos de consumo energético.
	· Desarrollo de energías alternativas y/o no convencionales.
	· Irracionalidad en el consumo.
<b>“Impacto de los aumentos sobre los usuarios”</b> Aspectos referidos a la influencia del aumento de los servicios en la economía de los consumidores, en términos individuales o colectivos. Incluye cuestiones ligadas al debate público, réplicas y manifestaciones.	· Tarifa social y/o nuevos subsidios.
	· Cuestiones técnicas respecto a la incidencia del aumento de los servicios en la vida de los usuarios. · Manifestaciones, réplicas y/o protestas de la ciudadanía en el espacio público o en el entorno digital.
<b>“Judicialización de las tarifas”</b> información sobre los avances, obstáculos y/o retrocesos en el proceso de suba de tarifas. Disputas y/o negociaciones al interior de o entre cualquiera de los Poderes que conforman el Estado respecto a las subas.	· Demoras y/u obstáculos para concretar la suba de tarifas.
	· Disputas y/o negociaciones al interior de o entre cualquiera de los poderes que conforman el Estado respecto de la suba de tarifas.

Fuente: Gómez Wagner (2020)

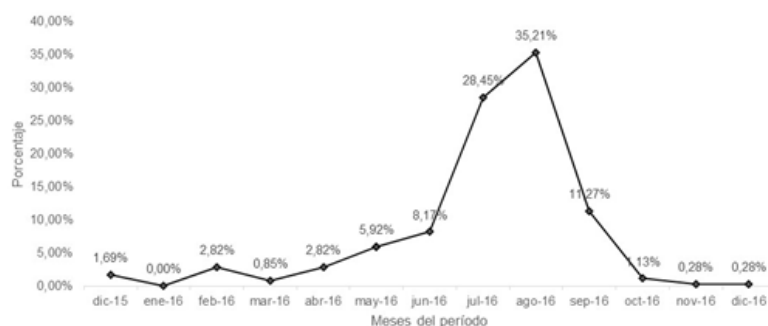
## Resultados

Luego del proceso de recolección de las noticias, se conformó un corpus con un total de 356 piezas periodísticas referidas al “tarifazo” durante el período de análisis propuesto. Siendo extraídas 21 piezas de la web de *El Tribuno*, 155 de *La Gaceta Salta*, 33 de *Clarín* y 147 de *La Nación*.

La distribución de la cantidad de noticias aportada por cada medio digital resulta asimétrica, con algunos casos como los de *El Tribuno* o *Clarín* que están subrepresentados con relación a los casos relativos a *La Gaceta Salta* o *La Nación*. Para equiparar las cantidades de noticias obtenidas en los cuatro medios se tiene en consideración la agrupación por provincias de la cobertura.

Como puede observarse en el Gráfico 1, el momento en el que se publicaron la mayor cantidad de piezas periodísticas corresponde al mes de agosto, alcanzando el 35,21% del total del corpus. Por lo tanto, y a partir de los hallazgos de la investigación de Gómez Wagner (2020), se corroboró la hipótesis N°1 de que agosto de 2016 era el mes en donde la cobertura del “tarifazo” a los servicios energéticos alcanzó su pico de notoriedad. Esto implica que cuando el issue del “tarifazo” logró mayor atención por parte de los medios digitales considerados en la investigación, coincide en el mes en el cual la Corte Suprema se pronunció sobre los aumentos del gas, obligando al gobierno a celebrar la Audiencia Pública.

Gráfico 1: Cobertura informativa general del "tarifazo", distribuida por meses, desde el 10 de diciembre de 2015 al 10 de diciembre de 2016



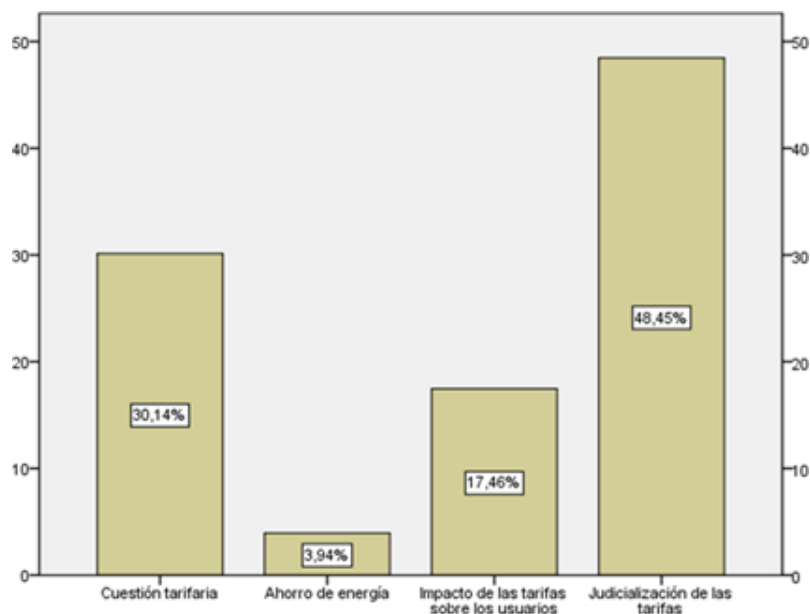
Fuente: elaboración propia en base a las noticias extraídas

Si se consideran los datos agrupados en provincias, tanto los medios salteños como los nacionales de Buenos Aires presentan una alta homogeneidad. En ambos casos, el pico de notoriedad

es alcanzado en agosto con valores similares, con una frecuencia del 35,8% para el caso de los diarios digitales de Salta y un 34,64% alcanzado por los diarios digitales bonaerenses.

Por otro lado, los temas recurrentes en la cobertura y la agenda atributiva de los mismos constituyen otros aspectos a los que se abocó el análisis empírico. Para ello, se operacionalizó la codificación propuesta por Gómez Wagner (2020) en el análisis de la cobertura del “tarifazo” por parte de la versión impresa del diario Clarín.

Gráfico 2: Temas recurrentes en la cobertura



Fuente: elaboración propia en base a las noticias extraídas

Los resultados de la agenda de los temas recurrentes en la cobertura arrojan que la “judicialización de las tarifas” es el que adquirió mayor relevancia (48,5%), que computaba todas aquellas notas cuyo tema central fuera el pronunciamiento de cualquiera de las autoridades o instituciones del poder judicial sobre los aumentos, así como también, cuando se producían discusiones en cualquiera de los tres poderes estatales —como institución o por medio de sus funcionarios y representantes— en torno a los amparos, medidas cautelares o fallos de la justicia sobre los aumentos. En segundo lugar, se encontraron las piezas tematizadas como “cuestión tarifaria” (31,1%), en las cuales se hacía referencia a los acontecimientos relativos al aumento como medida política-económica en sí misma; desde la quita de subsidios,



gestión de la tarifa social, desacuerdos y/o negociaciones de los diferentes actores implicados en el caso. En un tercer orden de temas recurrentes en la cobertura, se encuentra “impacto sobre los usuarios” (17,5%), que refiere a los artículos periodísticos cuyo asunto principal está abocado a la influencia de los aumentos en los servicios energéticos en la economía de los consumidores, individuales o colectivos; plasmados en manifestaciones, debate público, informes económicos. Por último, las piezas tematizadas como “ahorro de energía” (3,9%) implicaron la menor porción del corpus, estas hacen referencia a la sostenibilidad de la energía, hábitos de consumo y desarrollo de energías renovables.

De lo anterior se desprende que, en la cobertura, los acontecimientos vinculados con la judicialización de la medida político-económica del “tarifazo” obtuvo la mayor parte de la atención mediática, cuando las disputas que se generaron desde las cámaras de apelaciones, juzgados e incluso la Corte Suprema, se proclamaron sobre los aumentos tarifarios; y desde la presentación de los amparos ante la no celebración de la Audiencias Pública, con los reveses judiciales que recibió el gobierno por el freno de los aumentos.

La hipótesis N°2 planteaba que el tema más prominente, en función de la cantidad de apariciones en la cobertura, es la “judicialización de las tarifas”; por tanto, quedó corroborada. Esta hipótesis se había formulado en base a la información previa sobre la cobertura del “tarifazo” por parte de la edición impresa de *Clarín*, donde aquellas noticias tematizadas en torno a la judicialización del caso fueron las que aparecieron con mayor frecuencia en la portada del matutino (Gómez Wagner, 2020).

En este trabajo, los cuatro medios digitales seleccionados, tanto los dos provinciales de Salta como los dos nacionales bonaerenses, otorgaron también mayor atención mediática a los aspectos tematizados dentro de la judicialización en la cobertura. Además, implica congruencia entre el tema que más frecuentemente apareció en la tapa de la edición impresa de *Clarín*, con la frecuencia de artículos recogidos de los cuatro medios digitales seleccionados (entre los cuales se encuentra la versión web del mismo). No sucedió lo mismo si se considera la relación entre la frecuencia de temas en el análisis de la cobertura de Gómez Wagner (2020), puesto que el tema más recurrente es “cuestión tarifaria”.

Observando las variaciones en el tiempo de los temas con los que fueron incluidas las piezas relativas al “tarifazo”, se confirma que

los meses en los que se alcanzó el pico de notoriedad son aquellos donde mayormente se incluyeron noticias tematizadas sobre la judicialización del proceso. De esta manera, el 79% de los artículos sobre el caso cuyo tema central fue el de «judicialización de las tarifas» son de los meses de julio (25%) y agosto (54%).

De lo expuesto hasta aquí, se infiere que la mayor prominencia que adquirió el fenómeno estuvo fuertemente relacionada con el componente conflictivo. Siguiendo a Kiousis (2004), los hechos controversiales son los que suelen adquirir mayor visibilidad en la superficie mediática y sobresalen por sobre el resto. La mayor inclusión de noticias tematizadas en torno a las cuestiones judiciales se produjo en detrimento de otros temas en la superficie de la cobertura como, por ejemplo, relativos al impacto que tuvo el aumento tarifario en el poder adquisitivo de los usuarios en general, o al aumento tarifario teniendo en cuenta la gestión estatal sobre los servicios energéticos.

Si se considera a los medios agrupados por provincias con respecto a la distribución de temas a lo largo de la cobertura, como se observa en la Tabla 1, estos presentan un alto nivel de homogeneidad. En ambos casos se configuran de la misma manera, siendo «judicialización de las tarifas» el más recurrente, seguido de «cuestión tarifaria»; «impacto sobre los usuarios» y «ahorro de energía» en tercer y cuarto lugar respectivamente.

**Tabla 2: frecuencia de los temas en los medios digitales agrupados por provincia**

Temas	Agrupados por provincia		Total
	Medios digitales de Salta	Medios digitales de BsAs	
Cuestión tarifaria	0,347	0,257	0,301
Ahorro de energía	0,023	0,056	0,039
Impacto de las tarifas sobre los usuarios	0,199	0,151	0,175
Judicialización de las tarifas	0,432	0,536	0,485
Total	1	1	1

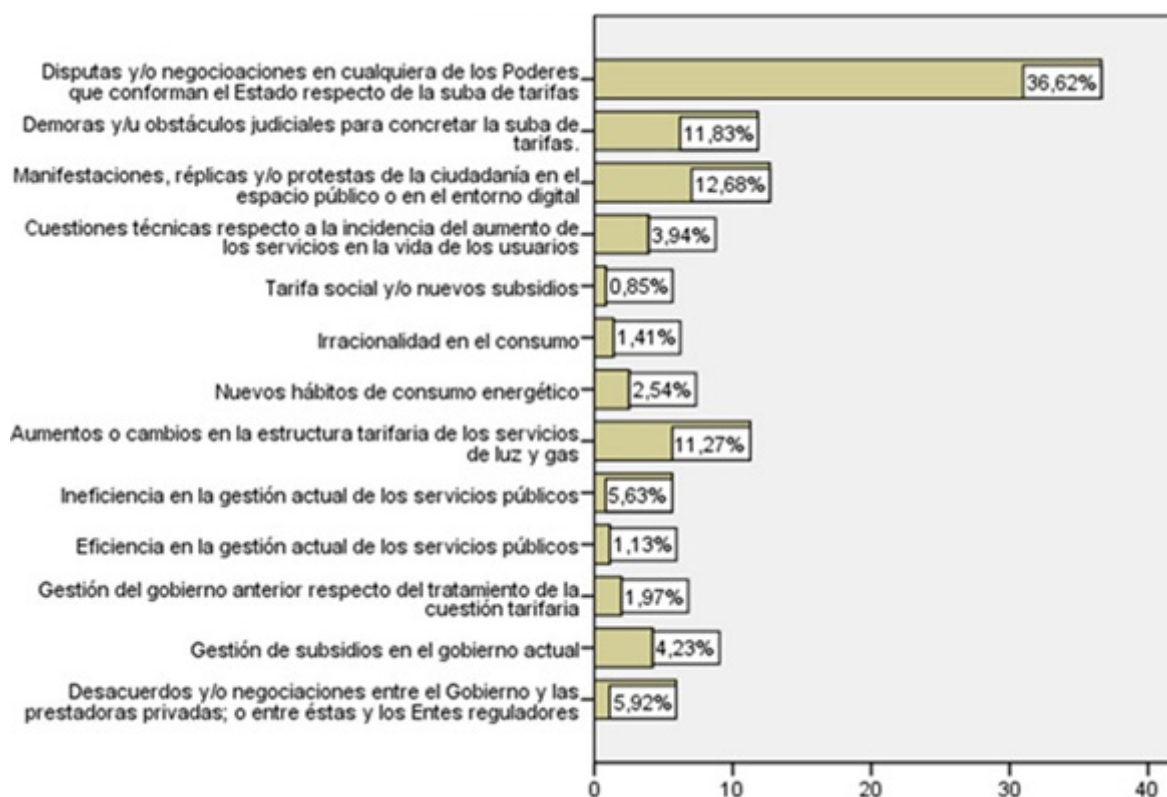
Fuente: elaboración propia en base a las noticias extraídas

En cuanto a la agenda atributiva de la cobertura, los resultados arrojan que el atributo «disputas y/o negociaciones al interior de o entre cualquiera de los poderes que conforman el Estado respecto

de la suba de tarifas», correspondiente al tema «judicialización de las tarifas», fue el que más relevancia adquirió con un 36,62% del total de noticias.

Como se observa en el gráfico 4, la diferencia entre los atributos se presenta en consonancia con el comportamiento de los temas, en donde los acontecimientos relativos a cuestiones controversiales y conflictivas parecen adquirir mayor relevancia mediática. Se constata que el atributo “Disputas y/o negociaciones al interior de, o entre cualquiera de los poderes que conforman el Estado respecto de la suba de tarifas” (36,62%), correspondiente al tema “judicialización de las tarifas”, fue el más destacado en la cobertura; vinculado con las pronunciamientos de funcionarios, legisladores, jueces e instituciones estatales sobre la legitimidad del aumento tarifario.

Gráfico 3: agenda de atributos desplegados en la cobertura del “tarifazo”



Fuente: elaboración propia en base a las noticias extraídas

Este atributo también es identificado en el trabajo de Gómez Wagner (2020) como el más destacado en la cobertura, aunque con una frecuencia relativa menor a la mitad que en los medios digitales estudiados para este artículo (14,5%). El segundo atributo en el orden de aparición fue el de “Manifestaciones, réplicas y/o protestas de la ciudadanía en el espacio público o en el entorno digital” (12,68%), correspondiente al tema “impacto sobre los usuarios”, en referencia a las marchas que se generaron en distintos espacios públicos y flujos de interacción en las distintas redes sociales que se desplegaron en contra de la medida. En tercer y cuarto lugar, se destacan los atributos “Demoras y/u obstáculos para concretar la suba de tarifas” (11,83%) correspondiente al tema “judicialización de las tarifas, y “Aumentos o cambios en la estructura tarifaria de los servicios de electricidad y gas” (11,27%) correspondiente al tema “cuestión tarifaria”. Tres de los cuatro atributos más destacados en la cobertura están vinculados a aspectos de los temas conflictivos, en tanto se refiera a disputas entre funcionarios, legisladores y jueces, así como también las manifestaciones en otros espacios públicos y/o en redes sociales.

¿El despliegue de los atributos en la cobertura presentó variaciones en el tiempo? Si se considera, por ejemplo, los casos en donde se incluyeron piezas sobre el “tarifazo” relativas al atributo más destacado, “Disputas y/o negociaciones al interior de o entre cualquiera de los poderes que conforman el Estado respecto de la suba de tarifas” la mayor cantidad se concentró en los meses de julio y agosto, con el 20,7% y 57,7% respectivamente.

Si se compara el comportamiento de la cobertura de los medios agrupados por provincias, si bien las principales tendencias de la cobertura general se mantienen, estos no presentan tanta homogeneidad como en las variables anteriores. Tanto para los medios digitales salteños como para los bonaerenses el atributo “Disputas y/o negociaciones al interior de o entre cualquiera de los poderes que conforman el Estado respecto de la suba de tarifas” es el que con más frecuencia apareció en el discurso periodístico; aunque con magnitudes significativamente diferentes, con el 29% para el primer caso y 44,1% para el segundo. Los medios digitales salteños le otorgaron proporcionalmente mayor espacio en la cobertura a los asuntos relativos a las disputas en torno a la judicialización de los aumentos tarifarios que los bonaerenses, lo que supone que la tendencia a focalizar la atención mediática en los aspectos más controversiales de la cobertura se manifiesta con preponderancia en los medios digitales de la provincia de Salta.

Además, el segundo atributo más recurrente para los medios digitales bonaerenses es el de “Manifestaciones, réplicas y/o protestas de la ciudadanía en el espacio público o en el entorno digital” con el 11,2% mientras que para el caso de los medios digitales salteños el segundo atributo más prominente se compone entre “manifestaciones, réplicas y/o protestas de la ciudadanía en el espacio público o en el entorno digital” y “demoras y/u obstáculos para concretar la suba de tarifas”, ambos con 14,2%.

Algunos ejemplos resultan ilustrativos de los resultados estadísticos. Observamos que hay una tendencia a seleccionar aspectos más conflictivos de la cobertura, que incluyan disputas de distintos actores del poder político. En una pieza periodística de *El Tribuno*, se argumenta que

El Gobierno nacional sabe que el kirchnerismo apelará a chicanas. En la audiencia aquel deberá volver a mostrar la magnitud del déficit y fundamentar su plan para garantizar el suministro de gas y electricidad, al mismo tiempo que brindar seguridades a las petroleras de que las inversiones multimillonarias contarán con garantías suficientes. (El Tribuno, 2016, p.3)

La información es presentada, primero, polemizando la postura oficialista con la del principal bloque opositor de cara a la celebración de la Audiencia Pública instada por el fallo de la corte, luego, se esgrime el argumento oficialista para efectuar los aumentos sin modificaciones.

Cercano en el tiempo, *La Gaceta* publicaba en una pieza donde mencionaba la preparación del gobierno nacional para afrontar la Audiencia Pública enfatizando principalmente que los reveses que tuvo el oficialismo en el intento de aplicar los aumentos en las tarifas no eran considerados como negativos por los mismos. Si bien la pieza como todas las presentadas por *La Gaceta Salta*, emplea una retórica objetivadora que marca distanciamiento del enunciador, propio de los géneros informativos. Sin embargo, contiene componentes controversiales en la elección de relatos que elige registrar. Más abajo en la misma nota, haciendo referencia a los dichos del gobernador de Jujuy Gerardo Morales, se exponía

El líder radical aseveró que el gobierno “acatará el fallo, porque somos distintos al kirchnerismo que sistemáticamente descalificó a autoridades judiciales que ejercieron su función con independencia y apego a la ley”,

según reza un comunicado emitido por el espacio político Frente Cambia Jujuy. “De haber estado Cristina Fernández de Kirchner en la Presidencia, habría calificado de golpista a la Corte”. (La Gaceta Salta, 2016, p. 21)

Una nota de opinión publicada en la versión web de *Clarín*, si bien hace referencia a errores estructurales en la gestión del gobierno de Cambiemos, presenta una versión maniquea entre la disputa del oficialismo con las principales fuerzas opositoras:

El tropezón del Gobierno podría desmalezar también otros senderos. Sobre todo, para una oposición –el peronismo y los K– que asoma vacilante y desperdigada. Esa oposición, mechada con gente sin identidad política pero enojada por el tarifazo, compuso el jueves una protesta callejera que no debiera ser infravalorada por el Gobierno, como acostumbró el kirchnerismo. No habría que reparar en su volumen. Sí en el calendario: sucedió a sólo siete meses del debut presidencial. El mayor dilema para el macrismo consiste en si esos núcleos opositores consolidan la estrategia que despuntaron en el Senado. (Clarín, 2016, p. 8).

En una pieza de *La Nación*, por su parte, también se hizo hincapié en la polarización de posturas pro oficialista o pro bloque opositor. El acontecimiento narrado hace referencia a la presentación del ministro de energía en la cámara de diputados,

Curiosidades de la República. Desde las 14.30 hasta la noche, el ministro de Energía y Minería, Juan José Aranguren, se enfrentó a una horda de legisladores de la oposición que asistieron a la audiencia en comisión con la intención de convertirla en una interpelación. Pero el funcionario pareció sentirse mucho más cómodo contestando las críticas de una oposición que se había preparado especialmente para atacarlo que en las reuniones con gobernadores y las entrevistas con periodistas que cuestionaron los aumentos en el último tiempo. (La Nación, 2016, p.1).

Estos ejemplos, parciales, por cierto, exponen cierta tendencia en la producción informativa de enfatizar los aspectos conflictivos entre actores políticos de una realidad, tan compleja como heterogénea.

## Conclusiones

---

En la presente contribución se analizaron los temas y atributos desplegados en la cobertura del “tarifazo” del 2016 por parte de *El Tribuno La Gaceta Salta*, *Clarín* y *La Nación* en sus versiones digitales, desde la perspectiva conceptual de la teoría de la *Agenda-Setting*. Para ello, se realizó un análisis de contenido cuantitativo sobre un corpus conformado por noticias sobre el caso publicadas durante el período 10 de diciembre del 2015 al 10 de diciembre del 2016, por parte de los medios seleccionados.

Los resultados del trabajo empírico muestran una tendencia general a otorgarle mayor nivel de cobertura a los aspectos conflictivos presentes durante el proceso. En primer lugar, en términos de frecuencia, la cantidad de notas publicadas sobre el asunto aumentó considerablemente entre los meses de julio y agosto del 2016, alcanzando el pico de notoriedad en este último mes, validando la hipótesis N°1. Los acontecimientos a los cuales se hizo referencia en las notas durante ese momento estuvieron vinculados en su mayoría a las declaraciones de distintos actores estatales a favor o en contra de la medida y, en especial, al revés que recibió el gobierno tras el fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación anulando definitivamente los aumentos tarifarios, y obligando al gobierno a celebrar audiencias públicas.

En consonancia con lo anterior, el segundo tipo de hallazgo está vinculado a los temas y a los atributos desplegados en la cobertura. El tema que más relevancia adquirió fue el de la “judicialización de las tarifas”, haciendo alusión a las disputas acontecidas a partir de los obstáculos presentados en los diferentes niveles del poder judicial (desde cámaras de apelaciones hasta la Corte Suprema), y del pronunciamiento tanto de los funcionarios de diferentes escalas de gobernación (gobernadores, ministros, intendentes, entre otros), como los miembros del poder legislativo, tanto a nivel nacional como provincial. Este resultado corroboró la hipótesis N°2, la que afirma que el tema que con más asiduidad se presentó en la cobertura fue la “judicialización de las tarifas”.

Respecto de la agenda atributiva de la cobertura, consecuentemente, el atributo más desplegado en la cobertura es el de “disputas y/o negociaciones en cualquiera de los poderes que conforman el Estado respecto de la suba de tarifas”.

La predominancia de las noticias relativas a la judicialización por sobre las noticias relativas a los impactos de los aumentos en los



usuarios, marca la tendencia del periodismo en internet de recurrir la espectacularización de la cobertura (Martini, 2017) apelando a aspectos conflictivos de los hechos para atraer la atención de una mayor cantidad de lectores. En este caso particular, aspectos conflictivos que involucran actores y partidos políticos en disputa por medidas económicas de implicancia nacional.

Este artículo busca ser una contribución heurística a la investigación en comunicación en Argentina en general y en la provincia de Salta en particular. Los alcances de este son principalmente exploratorios y, como toda investigación, culmina con más interrogantes. De cara a futuras investigaciones resulta pertinente indagar más sobre proceso de la comunicación mediática y política entre provincias del interior y como se vinculan con los procesos nacionales de comunicación mediática-política, generalmente concentrado en el área metropolitana de Buenos Aires. Cabe preguntarse cómo se producen las coberturas sobre hechos de relevancia política entre los medios de diversas políticas y los medios dominantes a nivel nacional, si hay congruencia, bajo que circunstancias. Asimismo, preguntarse por que ocurre en las rutinas productivas de los medios en la actualidad, como es el consumo informativo de la población en la actualidad. Siendo estas inquietudes solo algunas de las posibles por explorar.

### **Bibliografía**

---

- Alsina, M. R. (1993). *La construcción de la noticia* (2da ed.). Barcelona: Paidós Comunicación.
- Aruguete, N. (2016). *El poder de la agenda: política, medios y público* (2da ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblios. E-Book.
- Aruguete, N., & Calvo, E. (2017). # TarifazoEnArgentina. Agenda melding y difusión de mensajes en medios sociales. En C. Labate, & C. Arrueta, *La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencias: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios* (págs. 165-173). San Salvador de Jujuy: Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy-EDIUNJU.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia: Políticas de medios en Argentina y América Latina* (1ra ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós. E-Book.
- Cantamutto, F. (2016). Economía política de la valorización en Argentina: la energía en las disputas del bloque en el poder. *Revista Despierta*, 77-104.



- Casini, J. (2017). La información periodística en la era digital. En S. Martini, & M. Pereyra, *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología* (págs. 53-73). Buenos Aires: IMAGO MUNDI.
- Clarín (17 de julio de 2016). La cruel realidad: tarifazo M y choreo K.
- Eilders, C. (2000). Media as political actors? issue focusing and selective emphasis in the German quality press. *German Politics*, 9(3), 181-206.
- El Tribuno (26 de agosto de 2016). Audiencia y prueba de fuego.
- Goldfarb, M. (2016). Audiencias públicas y debido proceso administrativo : algunas reflexiones sobre el fallo “CEPIS”. *El Derecho*, 56(14.037), 1-8.
- Gómez Wagner, C. (2020). “TARIFAZO”: CLAVES PARA PENSAR EL AJUSTE. El tratamiento gramático de la cobertura del diario Clarín sobre los incrementos tarifarios de luz y gas en el primer año de gobierno de Mauricio Macri. *Hologramática*, 2(32), 19-39.
- Kiousis, S. (2004). Explicating Media Salience: A Factor Analysis of New York Times Issue Coverage During the 2000 U.S. Presidential Election. *Journal of Communication*, 54(1), 71-87.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. (L. Wolfson, Trad.) Barcelona: Paidós Comunicación.
- La Gaceta Salta (20 de agosto de 2016). La audiencia pública por las tarifas de gas se hará el 12 de septiembre.
- La Nación (17 de agosto de 2016). La crisis del sector, el eje central de la defensa oficial.
- Luchessi, L. (2018). Noticias digitales, comunidades virtuales y crisis institucional. *Contratexto*(29), 145-166.
- Martini, S. (2017). Últimas Noticias. Construyendo la actualidad en el siglo XXI. En S. Martini, & M. Pereyra, *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología* (págs. 1-28). Buenos Aires: IMAGO MUNDI.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (1ra ed.). Barcelona: Paidós.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. (2017). Juventud, status y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 13(24), 131-145.

- Molotoch, H., & Lester, M. (2001). La noticia como conducta intencionada: sobre el uso estratégico de los acontecimientos rutinarios, los accidentes y los escándalos. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*(6), 285-304.
- Picco, E. (2013). Flujos verticales de información: emergencias y tensiones entre la prensa nacional y subnacional. El caso de Santiago del Estero. *Question*, 1(37), 369-385.
- Picco, E. (2017). El periodismo online en el NOA: una aproximación a los casos de Santiago del Estero, Salta y Jujuy. *Millcayac: Revista Digital de Ciencias Sociales*, 4(6), 305-328.
- Retegui, L. (2017). Los procesos de organización de trabajo en la redacción de un diario. *La Nación, en el contexto digital (1995-2013)*. (Tesis de posgrado). Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Sánchez Sábate, R., del Valle, C., & Mensa, M. (2019). Método para la construcción de corpus temáticos de noticias de prensa digital. *Hacia un corpus sobre el hecho alimentario. Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 594-617. doi:10.4185/RLCS-2019-1347
- Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de Cultura Digital*, (págs. 71-81).
- Slimovich, A. (2017). Los enunciadores políticos de la protesta por el aumento de tarifas en Argentina. *Un análisis hipermediático de un movimiento social contemporáneo. Signos y sentidos*, 9-33.
- Wyczykier, G. (2018). Las disputas por el gas: tarifazo, acción colectiva y servicio público en la Argentina reciente. *Realidad Económica*, 47(319), 75-107.
- Zunino, E., & Grilli Fox, A. (2020). Medios digitales en la Argentina: posibilidades y límites en tensión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 401-413.