Comunicación, Arte y Cultura

Los medios públicos argentinos en la era Milei: tematización y encuadres predominantes en la cobertura mediática del cierre de la agencia de Noticias Télam

Argentinian public media in the Milei era: thematization and framing in the media coverage of the closure of the Telam News agency

Bianca Cecchini Murúa
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCIHUSA), Argentina
bian.cecchini7@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-0025-6404
María José Tello
Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCIHUSA), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina
majotelfer@gmail.com
https://orcid.org/0009-0002-5261-3450
Antonella Arcangeletti
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) / Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO), Argentina
aarcangeletti@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-0708-3737
Jacinta Funes Cuni
Universidad Nacional de Cuyo, Argentina
bian.cecchini7@gmail.com
https://orcid.org/0009-0008-9616-5008

Millcayac vol. XII núm. 23 1 21 2026

Universidad Nacional de Cuyo
Argentina

Recepción: 23 Enero 2026
Aprobación: 23 Mayo 2026

Resumen: El objetivo de este trabajo es analizar la cobertura mediática en torno al cierre de la agencia de noticias pública argentina Télam durante los primeros meses de la administración del presidente Javier Milei. La investigación se ampara en los recursos teóricos y metodológicos del análisis de contenido cuantitativo, agenda setting y framing. Los medios estudiados fueron Clarín, La Nación, Página 12, Infobae, Télam (hasta su cierre) y Somos Télam. A través de los resultados presentados, se problematiza el papel de los medios de comunicación como campo de batalla para la disputa ideológica y como lente que configura el discurso público.
Palabras clave: medios públicos, agencia de noticias, Télam, encuadres, agenda.
Abstract: The objective of this paper is to analyze the media coverage surrounding the closure of the Argentine public news agency Télam during the first months of President Javier Milei's administration. The research is grounded in the theoretical and methodological frameworks of quantitative content analysis, agenda-setting, and framing. The media outlets studied include *Clarín*, *La Nación*, *Página 12*,

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Infobae, *Télam* (until its closure), and *Somos Télam*. Through the presented results, the study problematizes the role of the media as a battlefield for ideological dispute and as a lens that shapes public discourse.
Keywords: Public media, news agency, Télam, frames, agenda.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Introducción

El 4 de marzo de 2024 la agencia pública de noticias Télam amaneció vallada. Unos días antes el presidente de la República Argentina desde diciembre de 2023, Javier Milei, había anunciado, en la apertura de las sesiones ordinarias del Congreso de la Nación Argentina, el cierre de la reconocida agencia estatal. Aunque no era la primera vez en su larga trayectoria que Télam enfrentaba conflictos y disputas por decisiones gubernamentales, esta vez todo culminó en su disolución.

El surgimiento de las agencias de noticias en el mundo tiene un valor significativo para las identidades nacionales y son piezas clave para los engranajes informativos nacionales e internacionales. Télam fue una empresa periodística cuyo rol social se manifestó en grandes hitos históricos y proveyó información a medios de comunicación de todo el mundo. Su cierre marcó una nueva era para los medios públicos en Argentina y para el sistema infocomunicacional nacional. Asimismo, este acontecimiento evidenció la lucha de la agencia y sus trabajadores, que han enfrentado amenazas en múltiples ocasiones.

¿Qué significa el conflicto de Télam para los medios? Otros medios de Argentina, muchos de ellos clientes y proveídos de cables y fotografías por la agencia, tomaron sus posturas frente al cierre. Este trabajo analiza cómo fue la cobertura del tema que realizaron los principales diarios del país: *Clarín, La Nación, Infobae y Página 12.* Indagar sobre qué lugar ocupó en sus agendas y cómo definen el conflicto es importante para dar cuenta de qué representaciones sobre el acontecimiento se construyeron para informar sobre el mismo.

Además, este trabajo examina la diversidad temática del portal de noticias de la agencia durante los seis meses previos al momento de su clausura. Indaga, también, sobre el trabajo de seguimiento que realizó *Somos Télam* sobre su propio conflicto y su trabajo periodístico en general. De esta manera, se pueden comparar las agendas mediáticas y ubicar qué lugar tenía su propio conflicto en el devenir de temas informativos.

Somos Télam, el portal de noticias conformado por los mismos trabajadores de Télam para mantener su continuidad laboral, comenzó su actividad al día siguiente del cierre de la ex agencia pública y se sostuvo hasta el 10 de julio cuando el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) anunció la conversión de Télam a una agencia de publicidad.

Esta investigación se fundamenta metodológicamente en el análisis de contenido cuantitativo (ACC) y en los aportes teóricos de las teorías de la *agenda setting* y el *framing*, a partir de las cuales se elaboraron matrices para codificar y procesar la base de noticias recopiladas.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Finalmente, debemos decir que estudiar y analizar este caso resulta relevante para reflexionar sobre lo que ocurre con otros medios públicos de América Latina. El ascenso de las derechas y ultraderechas en la región implica posibles cambios de paradigma, y el caso argentino es un punto de partida para el estudio y la reflexión de estas problemáticas.

Marco referencial

Fundamentos teóricos: agenda setting y framing

Este trabajo tiene como ejes teórico-metodológicos a dos teorías que difieren en sus orígenes y enfoques, pero que resultan complementarias entre sí para enriquecer los estudios en el campo de la comunicación: la *agenda setting* y el *framing*.

La teoría de la *agenda setting* se desprende de *la Mass Comunication Research*, corriente norteamericana de investigación que se centra en el estudio de los efectos de los medios de comunicación en el público (Statera, 1979), y registra sus orígenes en 1968 con un trabajo realizado por McCombs y Shaw sobre una contienda electoral en Chapel Hill, Carolina del Norte, Estados Unidos. La hipótesis inicial se conoce como el establecimiento de la agenda y sostiene que los medios van a tener centralidad en la transmisión de relevancia de los temas desde sus propias agendas hacia la agenda pública (Cohen, 1963; McCombs y Shaw, 1972).

Luego, los hallazgos iniciales se fueron complejizando y se formularon nuevas hipótesis. Con el objeto de sintetizar los aportes de esta teoría se la puede esquematizar a través de tres niveles y cinco fases (ver tabla 2).

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Tabla 1

Niveles, fases e hipótesis de la teoría de la agenda setting

Nivel	Fase	Hipótesis principal
1	1: establecimiento de la agenda	Los medios tienen importancia en la transmisión de la relevancia de los temas desde la agenda mediática a la agenda pública.
	2: condiciones contingentes (variables demográficas, comunicación interpersonal, tipo de medios, umbral de susceptibilidad y necesidad de orientación)	Hay factores que intermedian entre los medios y los efectos sobre el público, que afectan el proceso de establecimiento de agenda (Zunino, 2018).
2	3: agenda de atributos (sustantivos o afectivos)	Los medios promueven los temas acompañados de atributos que moldean las noticias (McCombs et al., 1997; McCombs y Valenzuela, 2014).
	4: agenda building	Hay varios actores que ejercen presión para fijar la agenda.
3	5: medios digitales	Indaga en la capacidad de los medios digitales en los nuevos ecosistemas convergentes para disputar o no a los tradicionales la función de fijación de agenda.

Fuente: elaboración propia.

Como ya se señaló, la *agenda setting* es una teoría de efectos, entendidos a largo plazo, acumulativos y conductuales, pero aporta algunas nociones fundamentales que sirven de insumo para este trabajo que se propone únicamente el análisis de contenido.

Desde esta perspectiva, la noticia surge a partir de dinámicos procesos de selección, omisión y jerarquización de la información. Así, las noticias forman la base de las agendas mediáticas, entendidas como el conjunto de temas a los que los medios asignan relevancia, contribuyendo así a su inclusión en el debate público (McCombs, 2006).

Por su parte, Shaw y McCombs (1977) también definen qué es un tema como aquellos eventos o asuntos que en el tratamiento informativo se incluyen dentro de una categoría más amplia. En cambio, los tópicos son etiquetas que sintetizan el ámbito de las experiencias sociales abordadas en un relato (Pan & Kosicki, 1993).

En este trabajo, las noticias se constituyen como las unidades de análisis, en particular aquellas que abordan como tema el conflicto de Télam. Para hacer más exhaustivo el análisis sobre el tema, también se elaboró un listado de tópicos que incluye a las acciones sindicales, a los anuncios y/o medidas gubernamentales, declaraciones públicas de diversos actores sobre el tema, el rol social de Télam, entre otros.

Ahora bien, uno de los objetivos expresados plantea la medición de la relevancia del tema en cuestión en las agendas mediáticas. Dearing y Rogers (1996) definen a la relevancia como el "nivel de importancia que adquiere un asunto" (p.8). En ese sentido, para poder medirla se

la operacionaliza en frecuencia de publicación y jerarquía noticiosa (Zunino, 2015).

Por su parte, el *framing,* o teoría del encuadre, es un proceso integral, dinámico e interactivo, de carácter constructivista, que atraviesa todas las instancias de la comunicación y se relaciona con los modos en que las empresas mediáticas, los comunicadores, las fuentes y la cultura se combinan para producir formas coherentes de comprender el mundo (Koziner, 2013). Si bien es una teoría predominante en el campo de la comunicación (Igartua et al, 2022), sus orígenes se encuentran en el campo de la psicología y la sociología (Sádaba, 2008).

Este trabajo se ampara principalmente en los aportes de Entman (1993) para quien encuadrar es

> "seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y darles relevancia en un texto comunicativo de modo que se promueva una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el ítem descrito" (p.52).

De la anterior definición se pueden extraer los elementos clave para operacionalizar y rastrear los encuadres (*frames*) en los textos analizados: la definición del problema, la identificación de las causas y la atribución de responsabilidad, la evaluación moral y la propuesta de solución (ver metodología).

Los encuadres pueden ubicarse en diferentes instancias del proceso de comunicación: a) en quienes comunican o informan, dado que están impulsados por sus propios frames, que constituyen su ideología, b) en los mensajes, que incluyen dentro sí los *news frames* que se construyeron, c) en quienes reciben los mensajes, por lo cual los frames impactan en la percepción pública de los temas en cuestión, y d) en la cultura (Igartua et al, 2022). Este trabajo pone el foco en la segunda y pretende identificar los *news frames* construidos que se plasman en las noticias; Muñiz (2020) nombra a este proceso como *news framing* y lo define como "identificación de los tipos de encuadres presentes en los contenidos informativos de los medios" (p.8).

Los medios públicos en Argentina

Los medios públicos constituyen en una nación el intento por llevar a cabo una redistribución igualitaria de la información, ofreciéndole a los ciudadanos de distintas ubicaciones geográficas la capacidad de acceder a una amplia gama de contenidos de alta calidad, intentando satisfacer los gustos de la mayoría ciudadana y no los de los beneficiarios (Garnham, 1990 citado en Mastrini, 2011). Según el autor, los medios de comunicación estatales deben cumplir con el objetivo de representar y satisfacer el derecho a la información de los ciudadanos de dicha nación.

Mastrini (2011) caracteriza a los servicios públicos mediante tres principios que pueden y deben cumplirse en este tipo de medios de comunicación. El primer principio es el de igualdad/universalidad, que sostiene que la política pública debe garantizar al total de la ciudadanía su acceso de manera igualitaria. En segundo lugar, está la continuidad que procura la persistencia y prolongación del servicio a lo largo del tiempo, puesto que se trataría de un derecho universal. Por último, el principio de cambio que indica la posibilidad de transformar el servicio cada vez que sea posible en vistas a mejorar su calidad para el consumo de los ciudadanos. Según Pasquali (1995), es tarea de un Estado democrático, moderno, educador y éticamente justo el garantizar la correcta distribución territorial de la información, permitiendo así difundir ideas por cualquier medio de expresión; en línea con el autor, por otro lado, el Estado debe dar el ejemplo al ofrecer una participación realmente democrática y participativa e independiente del gobierno de turno. Los medios de comunicación públicos no pueden estar supeditados a los partidos gobernantes, sino que estos deben cumplir con la función de garantizarles a los ciudadanos y ciudadanas su derecho a ser representados e informados en cada rincón del país. De no ser así el Estado no garantiza el correcto cumplimiento de la Declaración de los Derechos Humanos de 1948, donde se estipula que el acceso a información diversa es un derecho humano (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1948).

Tabla 2

Sistema federal de medios dependientes del Estado Nacional

Medios de comunicación públicos
Tv Abierta Televisión pública canal 7, Encuentro, PakaPaka, DeporTV, Canal 12 Trenque Lauquen.
Radio Radio nacional (más de 55 emisoras).
Digital Contar, Agencia Télam y sitios de tv y radio en internet.

Nota. Adaptado de "El mapa de medios en la era Milei" de Martín Becerra y Guillermo Mastrini, 2024, Revista Anfibia (https://www.revistaanfibia.com/el-mapa-de-medios-en-la-era-milei/)

Es necesario entender que el hecho de abogar por una comunicación democrática y pluralmente diversa, con llegada a todos los sectores de una sociedad, no implica el reemplazo de lo privado. Se entiende que, así como el oligopolio de los medios de comunicación resulta antidemocrático, su desaparición desconfiguraría también los elementos de la democracia (Pasquali, 1995). De esta forma, entendemos que hay vínculos estrechos y profundos entre este tipo de medios y el Estado, que también garantizan el correcto funcionamiento del sistema infocomunicacional en un país.

Para Mastrini (2011) la desarticulación de los servicios públicos de comunicación no constituye un curso de acción adecuado, ya que la tarea debería girar en torno a "incrementar su legitimidad en tiempos en los que, desde algunos sectores políticos, se menoscaba la

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

importancia del conjunto de servicios públicos", por lo que "es fundamental que consigan ocupar un lugar importante en el nuevo entorno digital" (Mastrini, 2011, p.38). Según Becerra (2016) el Estado que se permite perder los medios de comunicación es un Estado que priva a su sociedad de acceder al derecho a la información, la palabra masiva y plural, y a contenidos diversos.

Ahora bien, como afirma Becerra (2018), al hablar de medios públicos existe una distancia entre lo ideal y lo real. Con ello nos referimos a que casi ningún medio de comunicación público latinoamericano posee todas las características nombradas en párrafos anteriores, dado que "la gestión de los medios estatales no tuvo misiones ni funciones de medios públicos según el ideal que rigió en otras latitudes" (Becerra, 2018, p.77). Siguiendo al autor, los medios estatales habilitan un lugar de enunciación diferente al de los privados, que cumplió y cumple una función importante en una región como América Latina, caracterizada por una gran concentración mediática. Sin embargo, ello permitió que "el uso de los medios estatales como propaganda gubernamental, en el entendimiento de que el poder político precisaba dispositivos propios de comunicación frente a distorsiones informativas o ataques editoriales" (Becerra, 2018, p.78). Estas dinámicas propias de los medios de comunicación en Latinoamérica se suman a los desafíos que traen consigo fenómenos como la convergencia digital y la dificultad a la hora de promover regulaciones en el contexto actual. En el caso argentino, esto se manifiesta en el sistema de medios públicos, particularmente en los cambios de programación y/o contenidos y línea editorial con cada cambio de gestión de la Televisión Pública, de Radio Nacional y de la agencia que nos compete: Télam. Este punto es fundamental para interpretar los resultados de este estudio, dado que estas prácticas afectan directamente la legitimidad de los medios públicos y su percepción en la esfera pública.

Historia de Télam

Telenoticiosa Americana (Télam) fue la agencia de noticias nacional de Argentina. Se fundó el 14 de abril de 1945. El objetivo de este medio era romper con el monopolio informativo de las agencias estadounidenses que afectaban al país en ese tiempo, United Press (UPI) y Associated Press (AP), y que se encargaban de divulgar información relacionada con las operaciones de inteligencia al final de la Segunda Guerra Mundial y al principio de la Guerra Fría (Sabanés, 2014).

Diez años después de su fundación, en 1955, la existencia de la agencia enfrentó su primer riesgo. El golpe de Estado liderado por Eduardo Lonardi y Pedro Eugenio Aramburu, autoproclamado como "Revolución Libertadora", colocó a la empresa, que en ese momento

era de capitales mixtos, bajo el control de la Fuerza Aérea. Este evento llevó a varios de los periodistas principales a exiliarse del país. A pesar de esta situación, la empresa pudo seguir funcionando, aunque con una notable reducción en el número de sus corresponsales.

Luego, con el siguiente gobierno democrático del país, encabezado por Arturo Frondizi, se llevó a cabo la primera privatización de la agencia. Más tarde, durante el gobierno de facto de Jose María Guido, se decidió cerrarla. No fue hasta el gobierno de facto de Juan Carlos Onganía que se ordenó la nacionalización del medio con el propósito de hacer propaganda de su gestión.

Décadas después, durante la Guerra de Malvinas en 1982 y bajo la presión del gobierno de facto presidido por Leopoldo Fortunato Galtieri, Télam promovió una visión triunfalista sobre los eventos, con un enfoque nacionalista y con el objetivo de generar apoyo en la sociedad (Lauria y Buisán, 2023). Estos años estuvieron marcados por un aumento en la desconfianza de la ciudadanía hacia el medio debido a su uso por parte de las dictaduras militares.

En 2008 se le retiró por decreto[1] a Télam la responsabilidad de difundir publicidad oficial. En 2014, la agencia suministraba información periodística a alrededor de 2800 suscriptores, incluidos medios de comunicación nacionales e internacionales y oficinas gubernamentales nacionales, provinciales y municipales. En ese momento, el medio realizaba aproximadamente 500 despachos diarios y ofrecía servicios de radio y audiovisuales a todos sus suscriptores (Sabanés, 2014). Así, Télam se convirtió en una de las agencias de noticias más importantes de América Latina.

El conflicto en Télam: los últimos diez años de la agencia

Los últimos diez años de funcionamiento de Télam tienen lugar en un período de grandes transformaciones en el ámbito político, social y económico de la Argentina. Estos cambios se enmarcan en el período marcado, en primer lugar, por la derrota del kirchnerismo en las elecciones de 2015 y el ascenso al poder del expresidente Mauricio Macri (2015-2019), líder de la coalición de centroderecha Cambiemos. En segundo lugar, el posterior retorno de una coalición peronista en 2019 con Alberto Fernández (2019-2023) y la victoria de la coalición liberal-libertaria La Libertad Avanza en 2023 inauguró una nueva etapa que aún se encuentra en curso.

El triunfo de Macri en 2015 dio comienzo a un profundo conflicto en lo referente a medios públicos. Ello se vio reflejado en el caso de Télam, que atravesó un período de despidos y reestructuración en el marco de un proceso de "modernización"[2] del Estado impulsado por el nuevo gobierno. Estas decisiones, gestionadas por el entonces titular del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos, Hernán Lombardi, fueron recibidas con medidas de fuerza y enorme resistencia por parte de sus trabajadores y trabajadoras. El conflicto

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

escaló en 2018 y nació #SomosTélam, una iniciativa que implicó la creación de un sitio web y redes sociales gestionadas por sus propios periodistas, además de medidas de fuerza en articulación con diferentes sindicatos de prensa en todo el país. Tras meses de movilizaciones, se lograron varias reincorporaciones y se impidió lo que sus trabajadores y trabajadoras auguraban como un desmantelamiento de la institución.

Con el regreso del peronismo en 2019, las actividades de la agencia se normalizaron y se retornó a una dinámica similar a la que existió durante los gobiernos kirchneristas (en particular, durante los dos gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner, entre 2007 y 2015). Esta restauración se vio interrumpida con la llegada de Javier Milei a la presidencia en diciembre de 2023. El 1° de marzo de 2024, durante la Apertura de Sesiones Ordinarias en el Congreso Nacional, el Presidente anunció el cierre de Télam en el marco de las reformas estructurales en el Estado que se propuso llevar adelante el gobierno libertario.

El cierre tardaría en concretarse: se hizo efectivo finalmente el 1° de julio de 2024, mediante un decreto[3]. Sin embargo, el sitio web de la agencia fue dado de baja el lunes posterior al anuncio de Milei (4 de marzo) y el edificio de su sede central en Buenos Aires fue vallado. Sus trabajadores recibieron un correo electrónico que les indicaba la "dispensa laboral"[4]. A inicios de mayo fueron dadas de baja las corresponsalías del medio en el resto del país. Entre inicios de marzo e inicios de julio, quienes integraban la agencia volvieron a movilizarse bajo la consigna #SomosTelam, lanzando nuevamente un sitio web donde continuaron con sus tareas periodísticas (y donde realizaron una extensa cobertura sobre el conflicto de su propio lugar de trabajo), así como redes sociales y nuevas articulaciones con gremios.

Sin embargo, el desenlace fue diferente a lo sucedido durante la presidencia de Macri. Las medidas de fuerza llegaron a su fin el 10 de julio[5], dado que Somos Télam, en tanto asamblea de trabajadores y trabajadoras, decidió retornar a las tareas laborales tras la conversión de la agencia[6] en un nuevo ente, APESAU (Agencia de Publicidad del Estado S.A.U.). La transformación de la agencia en un ente publicitario fue anunciado por el vocero presidencial Manuel Adorni, quien fue nombrado como Secretario de Comunicación y Medios de la Nación Argentina tiempo después. A la fecha de cierre de este artículo, no se han dado a conocer más detalles sobre el funcionamiento de la nueva entidad.

Metodología

El objetivo general de esta investigación es analizar el tratamiento mediático que se le dio al conflicto del cierre de la agencia de noticias *Télam* en Argentina. En consonancia, los objetivos específicos son: a)

Explorar y comparar las agendas mediáticas de *Télam* y *Somos Telám* en el período consignado y b) Identificar los tópicos y encuadres predominantes en la cobertura del conflicto por parte de las versiones digitales de *Clarín, La Nación, Página 12 e Infobae*. De esta forma, la finalidad es dar cuenta de qué lugar le dieron Télam y SomosTélam a su propio conflicto, y de qué forma abordan el conflicto los otros medios seleccionados.

La metodología aplicada se sustenta en el análisis de contenido cuantitativo, una técnica que integra la recopilación y producción de datos con su análisis e interpretación. Krippendorff (1990) define este procedimiento analítico como un método de investigación que permite hacer inferencias válidas y reproducibles a partir de ciertos datos en su contexto.

Los autores especializados en la técnica (Colle, 2011; Igartua, 2006; Krippendorff, 1990; Neuendorf, 2002), plantean tres características esenciales para el análisis: su sistematicidad, cuantitatividad y objetividad. Sin embargo, es crucial aclarar que no se excluyen otras instancias cualitativas. Dado que el factor subjetivo no puede eliminarse del trabajo científico, Neuendorf (2002) introduce el concepto de "intersubjetividad". Así, el análisis de contenido cuantitativo incorpora instancias intersubjetivas para evaluar la validez y fiabilidad de las herramientas y su aplicación. Así también, la instancia cualitativa forma parte de todo el desarrollo analítico de los resultados.

Para sistematizar el universo noticias se construyeron dos matrices de análisis para dos corpus diferentes:

> 1) El primer corpus se conforma de 1600 noticias del portal de *Télam* desde el 11 de septiembre de 2023 hasta el 4 de marzo de 2024, día de su cierre. En continuidad a ese corte se adyacen 1000 notas del cibermedio *Somos Télam* desde el 8 de marzo de 2024, día de su surgimiento, hasta el 10 de julio del mismo año, momento en que se anunció la reapertura de *Télam* como agencia de publicidad y se bajó la página web de *Somos Télam*[7].

La recolección de las unidades se realizó diariamente durante el periodo seleccionado. Para ello, cada día se registraron las primeras diez notas que aparecían en la página principal de cada medio estudiado, siguiendo el orden de relevancia asignado en la interfaz de la página, de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha.

> 2) En un segundo corpus se analizan las noticias de *Infobae, La Nación, Clarín* y *Página 12* desde el cierre de Télam el 4 de marzo de 2024 hasta el anuncio de su reapertura como agencia de publicidad el 10 de julio de 2024.

La recolección de las unidades, inicialmente, se realizó con la misma metodología que el anterior. Sin embargo, al identificar las notas sobre el tema en cuestión se advirtió sobre el escaso número para un estudio estadístico. Por ese motivo, se decidió dejar asentada la poca jerarquización del conflicto en las portadas y rastrear a través

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

de buscadores en Internet todas las notas que fueron indexadas con palabras clave referidas a Telam. El corpus final quedó conformado por 87 notas (30 de Clarín, 30 de La Nación, 9 de Infobae y 18 de Página 12, respectivamente).

Cabe destacar, como adelanto del análisis, que la escasa jerarquización de noticias sobre el asunto en las portadas no solo fue un obstáculo metodológico sino que un primer hallazgo. Esto sugiere una deslegitimación de la agencia de noticias como un bien público, diluyendo la magnitud institucional del acontecimiento en el flujo informativo general. En el desarrollo del análisis se profundiza este primer dato significativo.

Ahora bien, otro inconveniente metodológico fue la baja de la web de los sitios en estudio mientras se realizaba el trabajo. Inicialmente se pretendía trabajar con la misma matriz de análisis pero por la suspensión de los sitios web de *Télam y Somos Télam* solo se llegaron a codificar las variables referidas a los temas que componen sus agendas y los tópicos que moldearon el tema conflicto hasta el momento que estaban visibles las noticias en Internet. Para el caso de *Infobae, La Nación, Clarín y Página 12* sí se pudo avanzar en la codificación entera para identificar los encuadres. La información fue sistematizada y analizada en el software estadístico SPSS.

Libro de códigos

Las variables esenciales que se considerarán en la investigación se construyen y delimitan en el libro de códigos. Este manual de variables es necesario para entender adecuadamente una muestra de noticias, ya que se alinean con los objetivos e hipótesis del estudio (Igartua, 2006: 200). A partir de la definición de las mismas se elabora un protocolo de categorías de análisis para cada variable y se propone un sistema para cuantificarlas (Neuendorf, 2002).

Además, se establece un sistema categorial basado en las unidades de registro, es decir, en "cada una de las partes analizables de la unidad de muestreo" (Colle, 2011:86). Todas las categorías deben cumplir con el criterio de exhaustividad, lo que significa que todas las unidades deben poder incluirse en alguna categoría, y ser mutuamente excluyentes: cada unidad debe poder clasificarse en una y solo una categoría (Igartua, 2006).

Se computan las siguientes variables de cada pieza informativa:

V1. Número de caso

V2. Fecha

V3. Diario

1) La Nación

2) Clarín

3) Página 12

7) Infobae

8) Télam

9) Somos Télam

V4. Link de la nota

V5. Tema: se codifica el tema principal de la noticia para identificar la frecuencia de cobertura sobre el conflicto de Télam.

V6. Tópicos: esta variable indica cuál es el enfoque principal que se adopta en cada caso sobre el conflicto de Télam. Si hay más de uno, se debe elegir el que tenga mayor presencia o relevancia en el texto.

1- Acciones sindicales y manifestaciones en el espacio público

2- Anuncios / medidas del gobierno

3- Rol social de *Télam* e histórico

4- Declaraciones públicas de agentes gubernamentales

5- Declaraciones públicas de referentes políticos, artistas, periodistas u otras figuras

6- Testimonios de trabajadores de *Télam* y/o familiares

99- No es posible identificar

V7. Encuadres[8]: se construyeron a partir de preguntas cerradas que remiten a los cuatro elementos descriptos por Entman (1993).

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

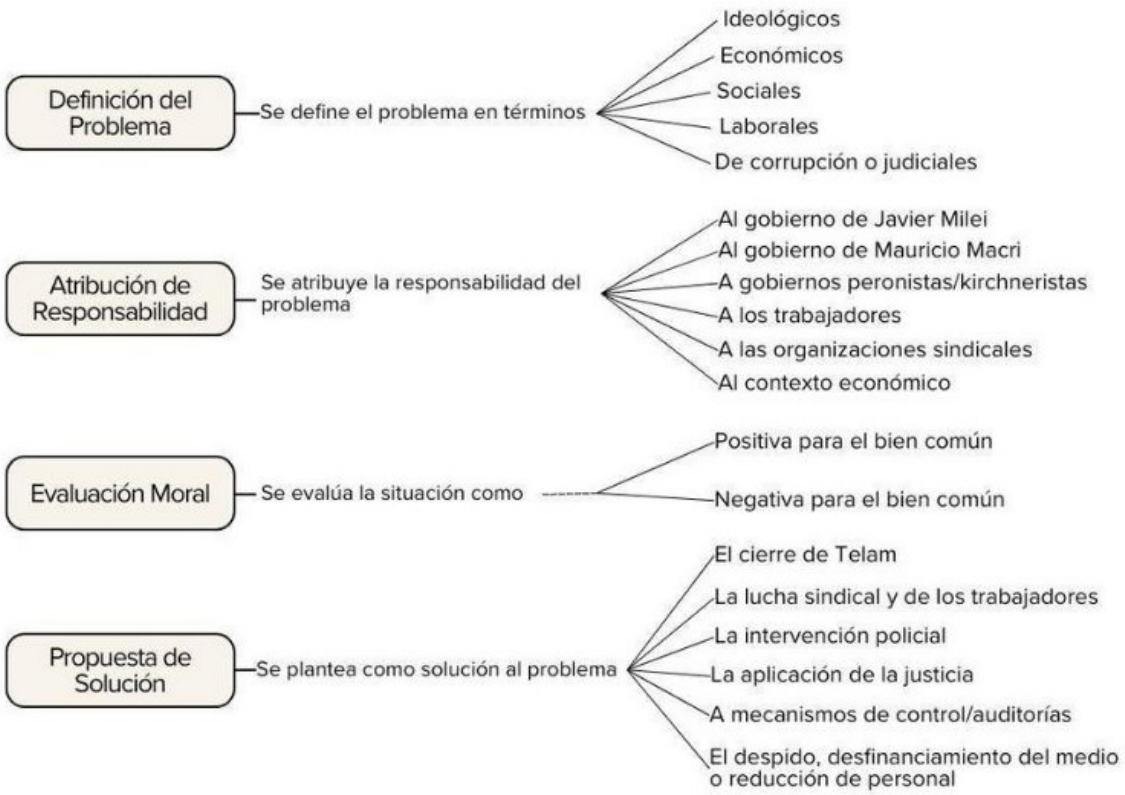


Figura 1

Operacionalización de las variables para identificar los encuadres según los elementos de Entman

Para la construcción de los encuadres se codificaron variables dicotómicas que luego se agruparon a través de un análisis factorial; luego, se realizó una comparación de medias de estos encuadres para medir el peso de cada uno. En esta ocasión se identificaron seis que fueron nombrados de la siguiente manera: crisis económica, crisis económica anti K, optimización del Estado, social-laboral, responsabilidad del peronismo, responsabilidad de las nuevas derechas. Cabe aclarar que estos no son excluyentes entre sí, sino que en muchas ocasiones suelen solaparse.

Análisis de los resultados

Con el objetivo de analizar la cobertura del conflicto por el cierre de la agencia de noticias Télam, en este apartado se presentarán los resultados del procesamiento de datos del período bajo análisis. Para ello, se dividirá este apartado en dos partes en función de los dos corpus de trabajo descriptos anteriormente.

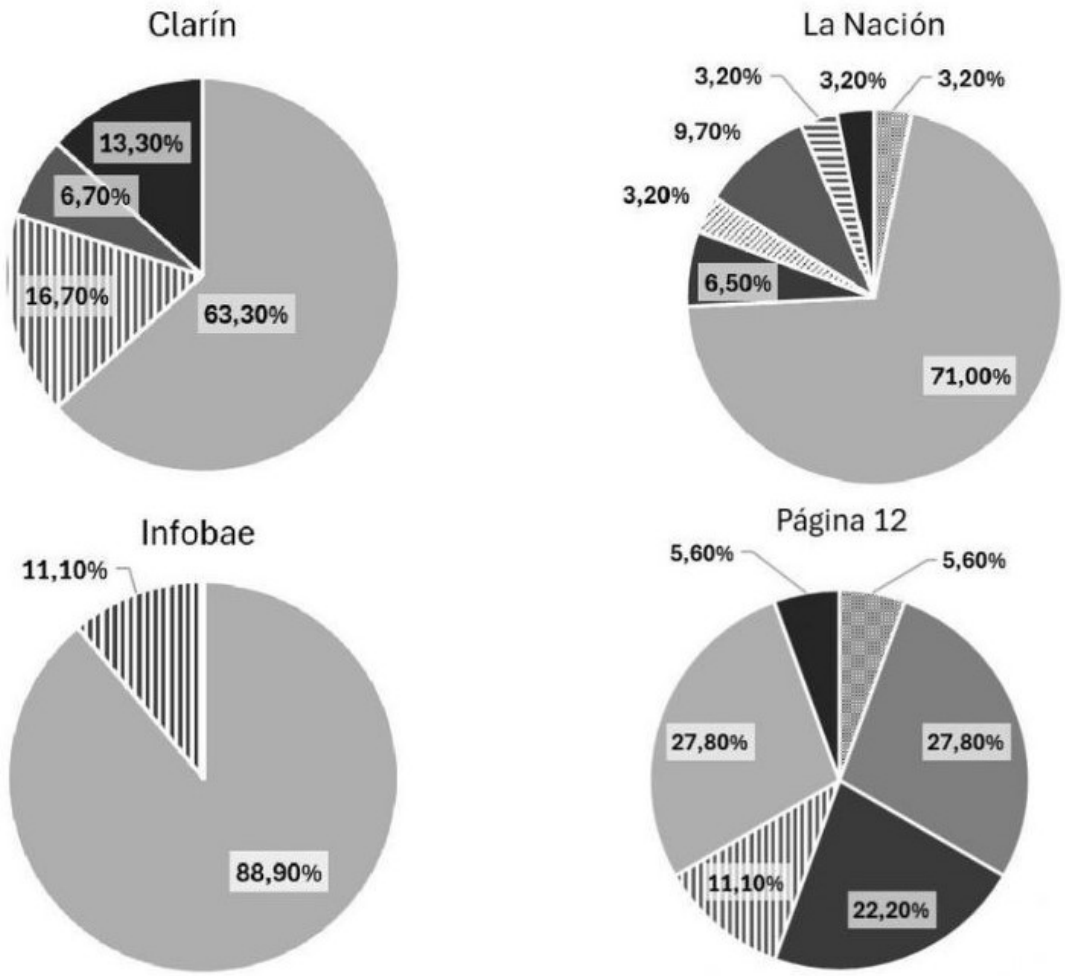
¿Qué dijeron los medios sobre el conflicto en Télam?

Como ya se señaló, la jerarquización del tema en las portadas de *Clarín, La Nación, Infobae* y *Página 12* fue prácticamente inexistente. Por ese motivo, el corpus se construyó a través de la búsqueda de etiquetas específicas sobre el tema a través del buscador de Google. De esa manera, se analizaron 87 notas (30 de Clarín, 30 de La Nación, 9 de Infobae y 18 de Página 12, respectivamente).

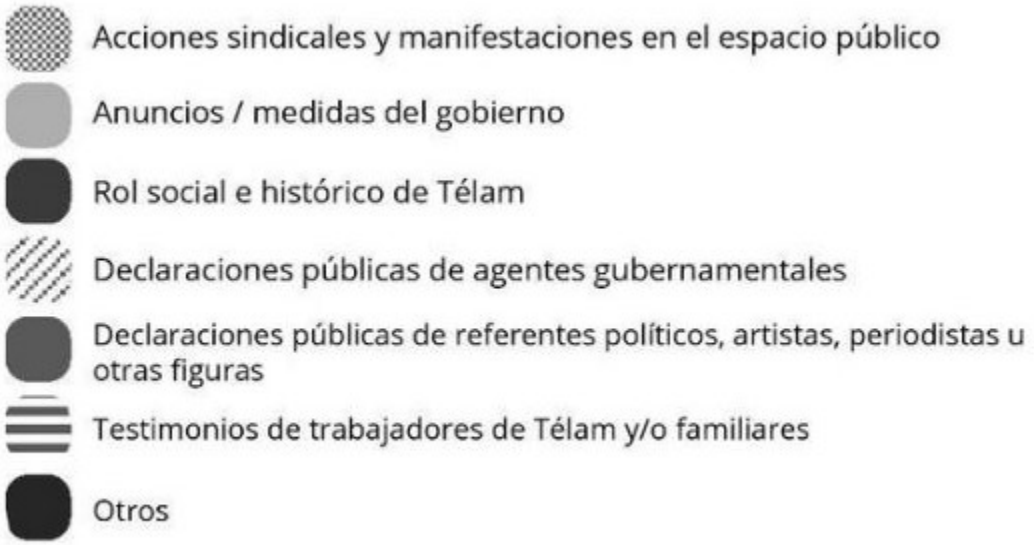
Una vez identificadas las notas sobre el tema, se identificaron los tópicos que lo moldearon. El gráfico 1 muestra que en *Clarín* hubo una cobertura más descriptiva sobre el accionar gubernamental: el mayor porcentaje de las noticias se centra en "anuncios/medidas del gobierno" y otros tópicos como "declaraciones públicas de agentes gubernamentales" y "declaraciones públicas de referentes políticos, artistas, periodistas u otras figuras", que acompañan esta línea de retratar el contexto a partir de las decisiones estatales. Inicialmente, la cobertura se enfocó más en el cierre de la sede central y, posteriormente, en las corresponsalías de las provincias. Esta cobertura se dio de manera descriptiva, sin adentrarse en las distintas aristas del conflicto.

Algo similar se puede advertir en la figura 3 con *Infobae*, cuyo abordaje descriptivo del conflicto resulta llamativo ya que muestra el cierre de Télam como un acontecimiento más de la actividad del gobierno. La relevancia del cierre de Télam para *Infobae* fue muy reducida y se limitó a mitigar aspectos de disputa o situaciones laborales. Además, se identificó que la cobertura del acontecimiento no tuvo una frecuencia notoria en su agenda respecto a otros temas.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia



Figuras 2, 3, 4 y 5
Tópicos de Clarín, La Nación, Infobae y Página 12



Nota. Las figuras son presentadas en conjunto para ofrecer una visualización comparativa que acompañe el texto.
Fuente: elaboración propia.

En el caso de *La Nación*, representado en la figura 4, se observa una mayor variedad de tópicos, lo que matiza la postura del medio. Sin embargo, en la fragmentación de los mismos, las medidas gubernamentales siguen siendo el aspecto más relevante en la agenda. La diferencia en este caso es que hay una mayor problematización y reconocimiento del acontecimiento como conflicto. El abordaje incluye aspectos de las acciones sindicales, suma voces de trabajadores en las declaraciones y hasta menciona el rol social e histórico de la agencia nacional.

Los resultados de *Página 12* en la figura 5 muestran un panorama totalmente diferente al de los otros medios. Esto se condice con su línea editorial, que se reafirma con el análisis de los encuadres (que desarrollaremos en próximos párrafos).

Las manifestaciones en el espacio público cobran mayor notoriedad, sobre todo en las primeras semanas posteriores al cierre, donde las movilizaciones y acciones sindicales fueron recurrentes. Asimismo, se problematiza el conflicto destacando el rol social e histórico de Télam. De esta manera, no se pone foco únicamente en las medidas de ese momento, sino que se contextualizan en profundidad las pujas del conflicto.

Ahora bien, ¿cómo encuadraron estos medios el tema? Las tablas 3, 4, 5 y 6 muestran los dos encuadres salientes de cada medio sobre el conflicto en *Télam*. *Clarín*, (ver tabla 4) que se centró en el accionar gubernamental, define la situación en términos económicos y le atribuye la responsabilidad a la crisis económica general del país; de esta manera, los despidos y la desfinanciación de la agencia es

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

presentada como una solución.. En segundo lugar, pero con mucha menor pregnancia, define el problema en términos sociales e ideológicos y responsabiliza al presidente Javier Milei por querer cerrar Télam a cualquier costo; sin embargo, este tinte de *Clarín* se debe a que se recuerda el conflicto similar ocurrido durante la presidencia de Mauricio Macri. En esa ocasión, la Justicia se constituyó como la institución que resolvió el conflicto, lo que implicó la restitución de los puestos de los/as trabajadores/as, más allá de la necesidad de optimizar el Estado con mejores criterios.

En *La Nación* (ver tabla 3) se identifican dos encuadres que son antagónicos entre sí, lo cual exhibe con claridad los matices del medio sobre al abordar el asunto. Aquí predomina el encuadre Social y Laboral, que define la situación en términos ideológicos, sociales y laborales: responsabiliza a la gestión de Milei con una evaluación moral negativa y sostiene a la lucha sindical como una solución. Sin embargo, el medio también define el problema a partir de la economía y le atribuye la responsabilidad de los hechos al contexto económico, aunque no desde una mirada generalista sino centrada en las gestiones peronistas y los propios trabajadores de Télam, con acusaciones de corrupción que justifican el planteo del desfinanciamiento como única solución.

Infobae (ver tabla 5), por su parte, se muestra más afín a lo ejecutado en *La Nación*. El encuadre que predomina es el Social y Laboral, ya que define el problema en términos sociales, económicos y laborales y propone a la actuación de la Justicia como una posible solución. En segundo lugar, le atribuye la responsabilidad al peronismo, ya no con un anclaje en la crisis económica, si no con acusaciones directas de corrupción y una evaluación negativa; la solución es, una vez más, el desfinanciamiento.

Hasta aquí estos tres medios, con sus respectivos matices, muestran un punto de contacto central: señalan que *Télam* es una organización muy grande, evalúan moralmente las gestiones actuales y anteriores y sostienen que la solución es el desfinanciamiento. Sin embargo, hay un consenso en torno a los límites y a la institucionalidad, es decir, a las formas de ejecutarlo, que, en términos generales, no alinean con el cierre total.

Por su parte, *Página 12* (ver tabla 6) muestra un abordaje diferente a los otros tres. Este medio define la situación en términos ideológicos y resalta la responsabilización a las nuevas derechas, particularmente atribuyéndole las culpas a las gestiones de Mauricio Macri y de Javier Milei con una evaluación moral explícitamente negativa. En segundo lugar, también sobresale un encuadre Social y Laboral pero con un enfoque distinto: aquí se señala el contexto económico, pero se defiende a la lucha sindical y de los trabajadores/as como derecho adquirido y como un medio para la solución al conflicto.

Tabla 3

Encuadres principales en La Nación

Encuadre	Media	N	Desvariación estándar
Social y laboral	63	30	1,450
Crisis económica (Anti K)	27	30	1,112

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4

Encuadres principales en Clarín

Encuadre	Media	N	Desvariación estándar
Crisis económica	187	30	1,332
Optimización del Estado	63	30	1,129

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5

Encuadres principales en Infobae

Encuadre	Media	N	Desvariación estándar
Social y laboral	17,778	9	148,137
Responsabilidad al peronismo	88	9	196,497

Fuente: elaboración propia.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Tabla 6

Encuadres principales en Página 12

Encuadre	Media	N	Desvariación estándar
Responsabilidad a la derecha	233	18	840
Social y laboral	17	18	540

Fuente: elaboración propia.

¿Qué dijo Télam sobre sí mismo?

La agenda de *Télam* durante sus últimos seis meses de actividad tal y como se conocía muestra una amplia variedad temática, con algunos temas centrales como la política, la economía y las elecciones. Esto último se explica por la extendida y sorpresiva contienda electoral que tuvo lugar a lo largo de 2023. El conflicto sobre el cierre de la agencia adquiere un poco de visibilidad en el último tramo con los anuncios gubernamentales sobre su futuro inmediato.

A partir del anuncio presidencial de cierre de la agencia la organización de trabajadores que lanzó *Somos Télam* jerarquizó el conflicto durante los cuatro meses que funcionó el sitio. Así, el tema fue el segundo más relevante, solo por detrás de Política. Incluso hubo algunas notas en particular que permanecieron semanas enteras en la portada visibilizando el asunto. Por ejemplo, una nota titulada "*Télam*, presente e historia de la agencia de bandera de Argentina", que hacía un recorrido sobre los principales hitos de la agencia y visibilizaba su rol "como actor fundamental e irremplazable en el panorama informativo del país"[9], se repitió 26 veces en la portada del medio en días distintos.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

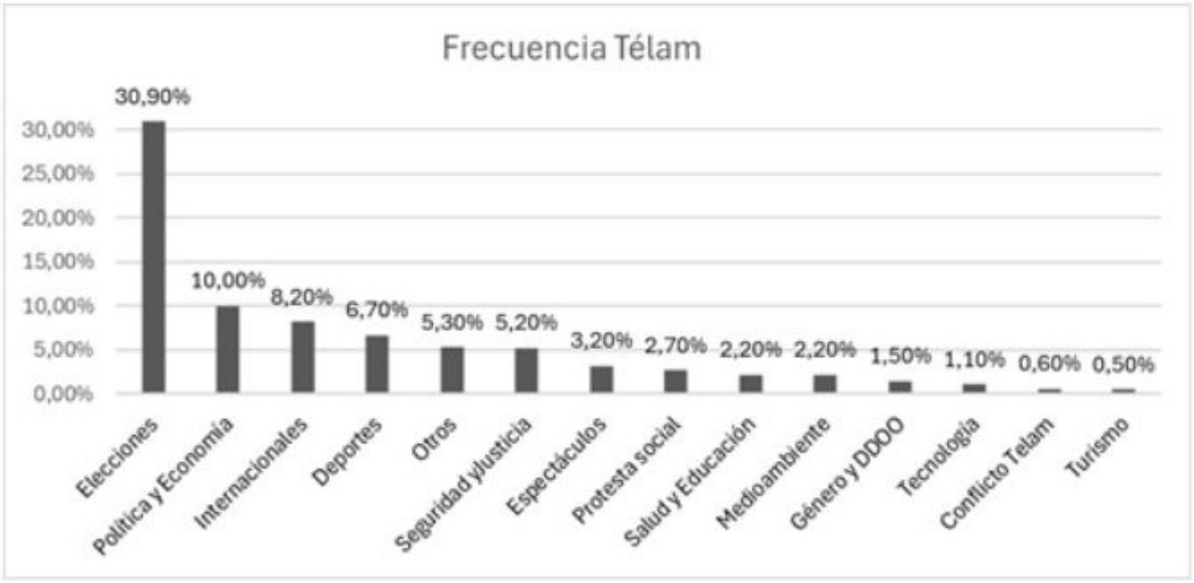


Figura 6
Agenda de Télam
Fuente: elaboración propia

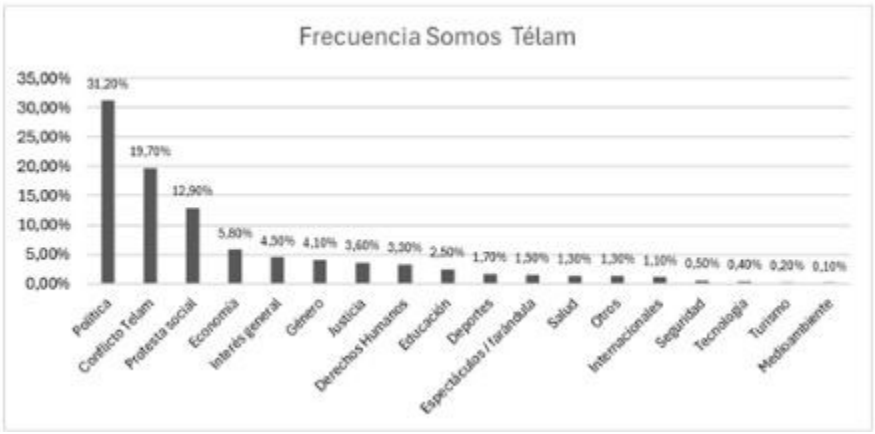


Figura 7
Agenda de Somos Télam
Fuente: elaboración propia

Con el claro objetivo de visibilizar su trabajo y de rescatar el valor de *Télam* en tanto agencia de noticias estatal, en *Somos Télam* primó, por un lado, la cobertura sobre las acciones sindicales y manifestaciones en el espacio público, en la que mostraron vigilias e intervenciones artísticas, entre otros. Por el otro, se resaltó el rol social e histórico de Télam desde su creación, como el reconocimiento de excombatientes de Malvinas a los trabajadores de la agencia[10] o el trabajo realizado en los juicios de lesa humanidad[11] a lo que se plegaron figuras destacadas, como Adolfo Pérez Esquivel con declaraciones de apoyo.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

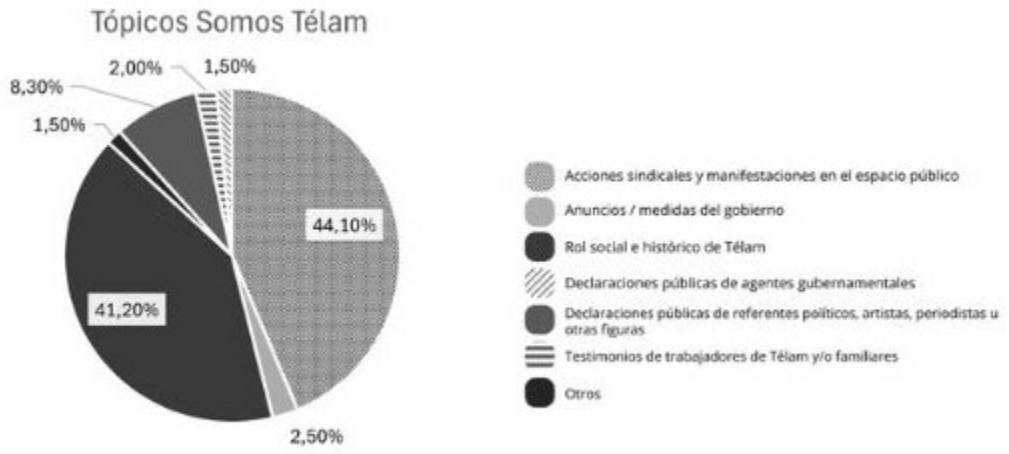


Figura 8
Tópicos de Somos Telam
Fuente: elaboración propia

Un objetivo inconcluso de este trabajo reside en identificar cómo Somos Télam encuadró el tema, ya que al no poder acceder a las notas en su totalidad es una pregunta imposible de responder. Sin embargo, sí se pudo construir la relevancia del tema y se pudieron advertir los tópicos que lo moldearon que señalan una constante puesta en valor de la agencia y de sus trabajadores en lucha.

Discusión y conclusiones

Como se mencionó a lo largo del escrito, el objetivo general de este trabajo fue analizar la cobertura mediática del conflicto por el cierre de la agencia de noticias *Télam* en Argentina. Los objetivos específicos consistieron en a) Explorar y comparar las agendas mediáticas de *Télam* y *Somos Telám* en el período consignado y b) Identificar los tópicos y encuadres predominantes en la cobertura del conflicto por parte las versiones digitales de *Clarín, La Nación, Página 12 e Infobae*. Para ello, se repasaron algunas nociones centrales sobre los medios públicos y su rol (Pasquali, 1995: Mastrini, 2011: Becerra, 2016: Becerra, 2018) y se reconstruyó la historia reciente de la ahora disuelta agencia nacional de noticias. A partir de los recursos teóricos proveídos por las teorías de la *agenda setting* y el *framing*, así como de las herramientas metodológicas propias del análisis de contenido cuantitativo, se pueden esbozar algunas conclusiones. En términos generales, y retomando los aportes de Becerra (2018), es importante decir que el incumplimiento de las funciones "ideales" de un medio público ha condicionado la forma en

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

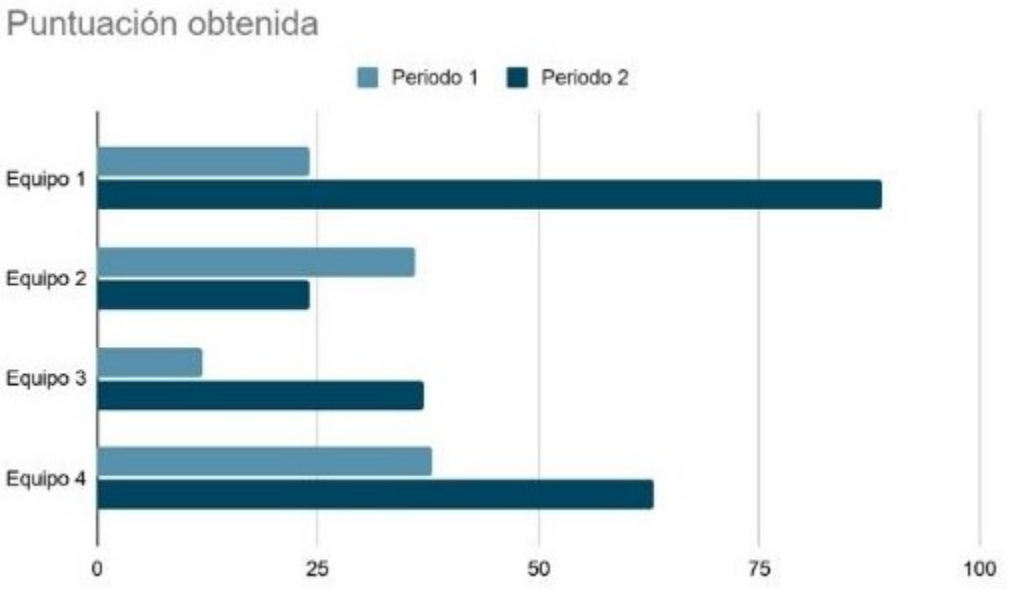


Figura 9

que se percibe la importancia de Télam. La brecha entre el ideal del servicio público y la realidad de una gestión percibida como funcional a gobiernos anteriores (especialmente peronistas) ha sido determinante. En este sentido, la agencia fue vista por amplios sectores como un dispositivo de gestión partidario y esto actuó como un factor condicionante de los resultados hallados. En primer lugar, puede explicar por qué medios como *La Nación* o *Clarín* construyeron encuadres de "optimización del Estado" o "crisis económica anti-K", justificando el desmantelamiento bajo una lógica de corrección de desmanejos previos. En segundo lugar, a través de las características de esta cobertura puede inferirse que esta pérdida de distancia crítica erosionó el vínculo con la audiencia general; ello explicaría el desinterés social detectado. Si la ciudadanía no percibe el medio público como un derecho propio y necesario, su desaparición no se vive como una pérdida social. Aunque este artículo no se centra en audiencias (y estas inferencias e interrogantes quedan abiertos para futuras investigaciones) sino en contenidos, es pertinente mencionar este punto porque condiciona y explica la poca relevancia (a raíz de la baja frecuencia y jerarquía del tema) que tuvo este conflicto en la agenda y los encuadres predominantes surgidos del análisis del corpus.

Esta baja visibilidad del conflicto se vio reflejada en la ausencia de artículos sobre los hechos en torno a *Télam* en *Clarín, La Nación, Página 12 e Infobae,* lo cual implicó dificultades metodológicas; ello implicó un rastreo de notas periodísticas según etiquetas y de forma manual, descartando el corpus existente construido a partir de la recolección diaria de noticias.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Con respecto al al primer objetivo específico, debemos mencionar lo recabado con respecto a la agenda de *Télam* y *Somos Télam*. Ambos medios, más allá de las diferencias en sus objetivos y composición, coinciden en la diversidad de temas abordados. En el caso de *Télam*, vemos un amplio abanico de temas, que consideramos disruptivo en comparación con las agendas habituales de los medios de comunicación: se incluye trabajo periodístico sobre género, ambiente y salud, por nombrar algunos. *En Somos Télam* se mantiene la tendencia, con una clara centralidad del conflicto en tanto es un medio desde el cual los trabajadores y trabajadoras hablan de su propio conflicto laboral. Asimismo, se pone en valor el rol de la agencia en tanto medio público federal.

En segundo lugar, y alineado con el segundo objetivo específico, los tópicos predominantes muestran coberturas generalmente informativas, sin mayores matices, a excepción de *Página 12*, cuya línea editorial opositora al gobierno actual explica la diversidad de tópicos, y *La Nación,* que se diferenció de *Clarín* e *Infobae* al incluir testimonios de trabajadores y trabajadoras del medio y poner de relieve el rol social e histórico de *Télam*. Sin embargo, la mayoría de las notas sobre el conflicto en *Télam* se limitan a comunicar medidas y anuncios del gobierno nacional, al igual que sucede con *Infobae* y *Clarín*.

En lo que respecta a encuadres predominantes existen coincidencias y diferencias, y se repite la misma tendencia que es visible en los tópicos. En general, el enfoque de los tres medios más alineados (*Clarín, Infobae y La Nación*) coincide a la hora de abordar el conflicto de *Télam*: si bien se valora positivamente la revisión e incluso reestructuración de la agencia a causa del déficit fiscal y desmanejos que se atribuyen a las gestiones kirchneristas, se traza un límite en lo que respecta a su cierre. En este sentido, observamos una perspectiva más apegada al respeto de las instituciones y la forma en que deben o no deben administrarse. En *La Nación* aparecen nuevamente matices, en tanto uno de los encuadres predominantes es el social y laboral, aunque en términos generales coincide con los otros. El medio que más se diferencia, nuevamente en consonancia con su tradicional línea editorial, es *Página 12,* que ofrece un enfoque del tema más ideologizado.

En términos generales y en consonancia con el objetivo general de este trabajo, puede decirse que la cobertura del conflicto de Télam tanto por sus propios trabajadores como por los otros medios seleccionados tuvo características puntuales y llamativas. Es claro que mientras en Télam y Somos Télam se buscaba poner en valor la labor y trayectoria de la agencia, algunos de los medios más leídos del país no se hicieron eco de esta iniciativa y se limitaron a informar sobre los acontecimientos. Ello produce una serie de interrogantes que no podremos resolver en este trabajo. La falta de legitimidad de Télam y del sistema de medios públicos argentinos es una muestra de la propia

crisis de legitimidad del Estado como tal. El caso Télam es útil para pensar en el panorama latinoamericano en un contexto de auge de experiencias de gobierno similares a las de La Libertad Avanza en sociedades profundamente polarizadas. Este trabajo representa, de esta manera, un acercamiento que habilita reflexiones más amplias.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Referencias bibliográficas

Asamblea General de las Naciones Unidas. (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/

Becerra, M. A. (2016). Restauración: cambios en las políticas de comunicación. R. Coviello; Épocas; 2; 4-2016; 1-15.

Becerra, M.A. (2018) Lo público, lo estatal y lo gubernamental: desafíos de los medios públicos en América Latina. En Sobre a mídia que queremos. Centro de Cultura Luz Freire.

Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2022). El entorno digital: Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy. Siglo XXI Editores.

Cohen, B. (1993). The press and foreign policy. Berkeley: Institute of Governmental Studies / University of California.

Colle, R. (2011). El análisis de contenido de las comunicaciones (9. ed.). La Laguna.

Dearing, J., & Rogers, E. (1996). Agenda Setting (1o ed.). Thousand Oak, CA: Sage.

Eilders, C. (2000), "Media as political actors? Issue focusing and selective emphasis in the German Quality Press", German Politics, 9 (3): 181-206.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fracture paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51-58.

Igartua, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación (1. ed.).

Igartua, J. J. et al. (2022). La teoría del Framing en la investigación iberoamericana sobre comunicación política. En Muñiz, C. (Coord.), Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica (pp. 57-98). Ciudad de México: Tirant Lo Blanch.

Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica (1. ed.). Buenos Aires: Paidós.

Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. Austral Comunicación, 2(1), 1-25.

Lauria, D., & Buisán, A. (2023). De la Guerra de Malvinas al final de la dictadura: Una lectura glotopolítica del manual de estilo de la agencia oficial de noticias Télam (Argentina, 1983). Universidade Federal de Tocantins. Programa de Pós-Graduação em Letras; Porto das Letras;11-2023; 50-79.

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Mastrini, G. (2011). Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina. Portal de la Comunicación InCom-UAB, 1-7. Universidad Autónoma de Barcelona.

Mastrini, G. (2013). Medios públicos y derecho a la comunicación. Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Buenos Aires: La Crujía.

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of the Mass Media. Public Opinion Quarterly, 36, 176–187.

McCombs, M. (2006). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Barcelona: Paidós Ibérica.

McCombs, M., y Valenzuela, S. (2014). Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions, en Kate Kenski y Kathleen Hall Jamieson (eds), The Oxford Handbook of Political Communication, 663-648. https://doi.org/DOI:10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.48

Muñiz, C. (2020). El framing como proyecto de investigación: una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio. Profesional de la Información, 29(6), e290623. https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.23

Neuendorf, K. A. (2002). The Content Analysis Guidebook. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. Political communication, 10(1), 55-75.

Pasquali, A. (1995). Reinventar los servicios públicos. Nueva Sociedad, (140), 70-89.

Sádaba, M. T. (2008). Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios (1°).

Sabanés, L. (2014). El surgimiento y desarrollo de la agencia de noticias TÉLAM en el marco de las políticas internacionales de comunicación. Question/Cuestión, 1(42), 392-404.

Shaw, D., & McCombs, M. (1977). The emergence of American political issues. St. Paul, MN: West.

Statera, G. (1979). Las investigaciones sobre los efectos de los . En M. Moragas (ed.), Sociología de la Comunicación de Masas (pp. 49-65). Barcelona, España: Gustavo Gili, S. A.

Valdettaro, Sandra (2007): “Medios, actualidad y mediatización”, en: Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación Nro. 123, CABA, Biblioteca del Congreso, Argentina, Publicaciones Periódicas, pp. 51 a 65. ISSN 0004-1009

PDF generado automáticamente a partir de XML-JATS por Redalyc
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Zunino, E. (2015). La relevancia de las noticias en la prensa gráfica. Una reflexión teórico metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino, en 2008. Comunicación y Sociedad, 25(enero- julio 2016), 1-32.

Zunino. E (2018). Agenda setting: cincuenta años de investigación en comunicación. Intersecciones en Comunicación, 12, 187-210. https://www.soc.unicen.edu.ar/images/editorial/intercom12/10_zunino.pdf

Notas

1

Decreto 1311/2008. Se puede consultar en: https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-1311-2008-143389

2

https://www.pagina12.com.ar/129258-que-respondio-macri-sobre-los-despidos-en-telam

3

Decreto 548/2024. Se puede consultar en: http://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-548-2024-400961

4

https://chequeado.com/el-explicador/cierre-de-telam-preguntas-y-respuestas-sobre-las-agencias-de-noticias/

5

Comunicado del SIPREBA disponible en http://www.sipreba.org/sindicato/volvemos-a-trabajar-y-levantamos-los-acampes-la-lucha-continua/

6

Fue a través del decreto 548/2024 que se oficializó este cambio. Puede consultarse en https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-548-2024-400961

7

El total de piezas del corpus no coincide con la sumatoria de 10 notas diarias durante el periodo de análisis debido a que algunos días la página de *Somos Télam* estuvo en mantenimiento, impidiendo la recolección de noticias en fechas específicas.

8

A partir de la primera variable de encuadre se deja de computar la información de *Télam y Somos Télam.*

9

http://web.archive.org/web/20240416175732/https://somostelam.com.ar/noticias/politica/telam-presente-e-historia-de-la-agencia-de-bandera-de-argentina/ (24/11/2024).

10

https://web.archive.org/web/20240401130123/https://somostelam.com.ar/noticias/politica/telam-es-parte-de-mi-vida-porque-gracias-a-la-foto-que-me-sacaron-en-malvinas-mis-viejos-supieron-que-estaba-vivo-dice-el-excombatiente-saul-perez/

11

https://web.archive.org/web/20240308180450/https://somostelam.com.ar/noticias/politica/juicios-de-lesa-humanidad-la-agenda-que-telam-debio-dejar-de-informar-2/

Información adicional

redalyc-journal-id: 5258

redalyc
UAEMEX

Disponible en:
https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525886300019

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Bianca Cecchini Murúa, María José Tello,
Antonella Arcangeletti, Jacinta Funes Cuni

Los medios públicos argentinos en la era Milei: tematización y encuadres predominantes en la cobertura mediática del cierre de la agencia de Noticias Télam
Argentinian public media in the Milei era: thematization and framing in the media coverage of the closure of the Telam News agency

Millcayac
vol. XII, núm. 23, p. 1 - 21, 2026
Universidad Nacional de Cuyo, Argentina
revistamillcayac@gm.fcp.uncu.edu.ar

ISSN: 1668-060X
ISSN-E: 2362-616X

CC BY-NC-SA 4.0 LEGAL CODE
Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.