

# Relevamiento periodístico sobre el Programa Nacional de Entrega Voluntaria de Armas de Fuego

*Informe de análisis sobre  
la prensa digital*

*Coordinadores generales del informe*  
Paula Andrea Toro, Universidad de Antioquía  
Victoria Darraidou, INECIP  
Francisco Godinez Galay, CPR

*Equipo de trabajo*  
Inés Binder, CPR  
Diego Fernández, RAD  
Álvaro Gutierrez, CPR

® 2008 - Ediciones del Instituto  
Instituto de Estudios Comparados en Ciencias  
Penales y Sociales - INECIP.

Talcahuano 256 1º piso (A1013AAF)  
Ciudad de Buenos Aires, Argentina  
Tel.: (54-11) 4372-0570  
[www.inecip.org](http://www.inecip.org)

Diseño gráfico: Inés Binder

Impreso en marzo de 2008

Este impreso ha sido producido con el apoyo  
financiero de SweFOR y Asdi.

Asdi no ha participado en la elaboración de  
la publicación y no toma partido por los pun-  
tos de vista expresados en esta publicación.

Se permite la reproducción total o parcial, con  
previa autorización, citando fuente.



La *Red Argentina para el Desarme, por una Sociedad sin Violencia*, nace en noviembre del 2004 como una red de organizaciones de la sociedad civil orientada a trabajar sobre temas relativos a la problemática de las armas de fuego y la prevención de la violencia armada. Es un espacio de coordinación y trabajo conjunto destinado a promover, facilitar e impulsar políticas de prevención y control de la violencia armada.



El *Movimiento Sueco por la Reconciliación* es una organización cristiana y ecuménica de la sociedad civil, fundada en 1919, que promueve una cultura de paz en Suecia y el mundo, trabajando por el desarme y un control más riguroso del comercio de armamento a través de códigos de conducta, leyes y regulaciones fuertes, desarrollando métodos para fortalecer la prevención de la violencia y la resolución pacífica de los conflictos armados.



El *Centro de Producciones Radiofónicas* es una productora de contenidos radiofónicos que tiene como misión favorecer el proceso de democratización del acceso a los medios de comunicación e información a través de la socialización de los conocimientos, herramientas y espacios necesarios para que los sectores menos beneficiados puedan tomar posición activa en el proceso de creación, divulgación y recepción de la información.



## Las fichas para el trabajo universitario del INECIP

Este proyecto se encuentra enmarcado dentro del Área de Ediciones del Instituto, y su objetivo primordial es dar a conocer aquellos debates y artículos que han resultado paradigmáticos para el desarrollo y la comprensión de un determinado tema, dirigidos a estudiantes y profesores, periodistas y comunicadores, organizaciones sociales y de base y principales tomadores de decisiones pertenecientes a todas las órbitas del Estado.

Las fichas han sido organizadas en series temáticas: Filosofía del Derecho, Derecho Penal, Derecho Procesal Penal, Administración de Justicia, Estudios sobre Democracia, y otras. Asimismo, son coleccionables, por lo que cada serie se va conformando en una guía básica de consulta respecto de cada tema en particular.

Hoy, tenemos la oportunidad de presentarles un nuevo tema de interés para el Instituto: la Prevención de la Violencia Armada, definida tal, como un trabajo de construcción de espacios de resolución alternativa de conflictos en el marco de un modelo de acceso amplio a la seguridad pública democrática.

Dicho trabajo nos convoca a una pluralidad de debates todavía adeudados en América Latina: la cuestión de la violencia de género, la presencia de niños y jóvenes en conflictos bélicos armados, el problema de los procesos de extrema vulnerabilización de los pueblos, la ineficacia de las gestiones de gobierno de los sistemas de seguridad pública y la conformación de discursos autoritarios funcionales a la violencia y el abuso de poder.

En definitiva, debates que pretenden abordar de modo crítico la política criminal en Argentina y América Latina de modo de delinear ejes de trabajo incluyentes de la realidad sociopolítica que nos toca vivir.

Desde ya, estamos abiertos a cualquier comentario o sugerencia puesto que, como anticipáramos anteriormente, uno de los objetivos de este proyecto es favorecer la circulación de la información, creando para esto un instrumento eficaz y funcional.

# Relevamiento periodístico sobre el Programa Nacional de Entrega Voluntaria de Armas de Fuego

El Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales y Sociales (INECIP) y el Centro de Producciones Radiofónicas (CPR), presentan este primer informe, sobre el análisis del tratamiento periodístico aplicado por la prensa argentina -en su versión digital- al Programa Nacional de Entrega Voluntaria de Armas de Fuego (Ley N° 26.216)

El informe constituye un instrumento básico para la Red Argentina para el Desarme (RAD) y el grupo de comunicaciones de campaña, en la medida que permite observar el eco generado a través de la prensa sobre el trabajo realizado para analizar el carácter del rol asignado a la sociedad civil como actor determinante en el campo de juego relativo a la prevención de la violencia armada. Permite, además, conocer el grado de inclusión del tema del desarme en la agenda mediática, y con ello la instalación en la agenda pública (teoría de la agenda setting), para observar la oportunidad que la sociedad civil tuvo de conocerlo; así como el tratamiento que el medio dio al tema para informar a la opinión pública.

El objetivo general del estudio ha sido medir el grado de instalación mediática del tema, previendo la posibilidad de seguir aplicando muestreos continuos sobre la prensa de modo de permitir la evaluación constante sobre la evolución del tratamiento periodístico.

En tanto objetivos específicos, nos propusimos:

- Identificar los actores involucrados en el tema del desarme para reconocer los argumentos de adhesión y de oposición.
- Valorar, en función del análisis de los discursos periodísticos, el impacto de la campaña Basta de armas en los públicos objetivos.
- Valorar el grado de reconocimiento público del tratamiento del tema para comprender cómo se instala el tema en la prensa y reflexionar sobre la mejor manera de procedencia con la campaña.

El rastreo de prensa comprendió un período de relevamiento de noticias que comprendió como límites las fechas del 15 de septiembre al 25 de

octubre del año 2007. Habiendo comenzado la implementación del Plan de Desarme el 10 de julio, se trabajó dos meses en la preparación de la matriz de relevamiento y la estructura de análisis, invirtiendo ese tiempo para la consolidación de la estructura de implementación del Plan, la cual fue progresiva en el marco federal y temporal. De este modo, el marco temporal elegido permitió trabajar durante el primer momento de repercusión del Plan funcionando según los objetivos demarcados por la autoridad de aplicación (el Registro Nacional de Armas -RENAR-, perteneciente a la órbita administrativa del Ministerio del Interior de la Nación)

Para desarrollar el análisis se construyó una matriz de categorías y variables, teniendo en cuenta la fundamentación teórica y el diseño propuesto por el SATPI. En función de las necesidades del presente relevamiento, se han tenido en cuenta los siguientes contenidos para el análisis de cada variable: Periódico: fecha, carácter, tendencia, periodicidad; Pieza informativa (PI): título, subtítulo, tipo de autoría, nombre de autoría, número de fuente (orales/documentales) (oficiales/no oficiales), texto escrito (tema), referencialidad (directa, indirecta, ocasional); Tipos de discurso: descriptivo, narrativo, conversacional, instructivo, predictivo, explicativo, argumentativo, retórico; Género periodístico: noticia, informe especial, breve, entrevista informativa, biografía, reportaje, perfil, entrevista en profundidad, análisis, editorial, crítica, artículo, comentario, ensayo, columna, crónica.

A partir de la elaboración de la matriz se procedió a la sistematización de los datos, seguida de una lectura analítica para finalmente plantear las conclusiones prestando atención a:

1. Frecuencia de apariciones de la RAD y la campaña Basta de armas en los medios relevados;
2. Grado de reconocimiento público del tema en función de la frecuencia de apariciones en las secciones de opinión y editorial de los medios relevados;
3. Análisis de fuentes, texto y referencialidad según la frecuencia de las piezas informativas que más se publican y/o hacen eco los medios (datos duros, casos personalizados o testimonios, declaraciones de especialistas, etc.);
4. El carácter, tendencia y periodicidad de colo-

cación del tema en los medios de diferente alcance territorial (locales, nacionales o internacionales).

La búsqueda se realizó exclusivamente por Internet, considerando la facilidad para acceder a la prensa online, y para observar además, las repercusiones que se podrían generar en la prensa online de otros países.

Hubo dos momentos de búsqueda, una a través del buscador Google alerta de noticias, para extraer todas las notas publicadas sobre el tema desarme en el correspondiente período, considerando la posibilidad de encontrar referencia en diferentes páginas web: de periódicos, agencias periodísticas u otros tipos de portales como de ONGs. Y una segunda etapa que consistió en rastrear dentro de los sitios web específicos de los periódicos: Página 12, Infobae, Clarín y La Nación. Se seleccionaron estos periódicos por ser los cuatro de mayor tiraje nacional, responsables muchas veces de crear agendas en otros medios como radios y canales de televisión, que poseen diferentes perspectivas ideológicas.

Se consideraron siete términos claves: desarme, Plan Nacional de Entrega Voluntaria, Red Argentina para el Desarme (RAD), Basta de Armas, Registro Nacional de Armas (RENAR), nombres de los coordinadores de la RAD, y armas de fuego.

## **Análisis de la cobertura periodística de la campaña ¡Basta de armas!**

### **¿Quién es quién en la cobertura? La RAD en la prensa argentina**

La Red Argentina para el Desarme (RAD), fue citada en el 76% de las piezas informativas (PI). Esto indica la fuerte presencia de la RAD en tanto fuente de la prensa argentina y reconocimiento público entre los lectores.

Mientras que la campaña Basta de armas no se mencionaba directamente (explicado por el tipo de género periodístico prevaleciente -ver más adelante), sí señalaron a la RAD como al RENAR como fuente de información especializada.

- Titular: “Las autoridades destruirán hoy más de 20 mil armas en el marco de un plan de desarme ciudadano”

“La destrucción de las armas entregadas es un gran paso para garantizar la transparencia del programa

de cara a la sociedad y hacer público el fin último del plan: sacar armas de circulación por medio de su destrucción”.

Así lo explicó Carola Concaro, de la Red Argentina para el Desarme (RAD), y al comentar que la destrucción de hoy se desarrollará en dos fases, una de trituración y otra de fundición.

LATAM: Reporte

BUENOS AIRES, oct. 24 (UPI) -

[http://www.tiemposdelmundo.com/Titulares/2007/10/24/autoridades\\_argentinas\\_destruyen\\_20\\_mil\\_armas\\_en\\_programa\\_de\\_desarme/5901/](http://www.tiemposdelmundo.com/Titulares/2007/10/24/autoridades_argentinas_destruyen_20_mil_armas_en_programa_de_desarme/5901/)

- Titular: “Este miércoles destruirán 55 mil armas de fuego”

Desde Mendoza, en donde nació el plan, uno de sus impulsores, Gabriel Conte, confirmó que el miércoles se hará la “primera destrucción masiva y simultánea de armas de fuego” en una fundición de Buenos Aires.

Serán más de 22 mil las armas que serán fundidas. Por la asociación mendocina Espacios asistirá Luis Romero como parte de la Red Argentina para el Desarme.

Gabriel Conte señaló sobre el plan que “la experiencia que hicimos en Mendoza está sirviendo ahora para salvar vidas en todo el país, y eso nos llena de orgullo en momentos en que cualquiera habla de seguridad como si se tratara de un partido de fútbol. Creo -agregó Conte- que en estos últimos años se ha abordado la problemática de las armas como nunca antes en la historia del país”.

<http://www.jornadaonline.com/2007A/LeerNoticia.asp?Tabla=Noticias&Seccion=Nacional&id=5089>

Los miembros de la RAD fueron citados como especialistas para exponer su argumentación sobre la problemática de las armas en manos de la sociedad civil como estrategia de comunicación montada desde la campaña oficial de comunicación (a cargo del departamento de prensa del RENAR) Ésta, solamente estructurada en base a la transmisión de información y colocación del tema en medios nacionales y locales, a través de los canales de distribución nacionales (sobre todo en cuanto a gráfica se refiere), se valió de la voz de la RAD y los familiares de víctimas como estrategia de le-

gitimación del Plan en la sociedad, valorizando de este modo, el rol activo de la RAD y la referencia que ya representaba para la opinión pública, con anterioridad a la puesta en marcha del Programa.

## **Autoría**

Con relación a este punto observamos la importancia de las líneas editoriales de los diarios en relación con la colocación del tema en sus agendas. La mayoría de las PI no estuvo firmada; el anonimato fue una constante. Sólo tres periodistas firmaron las PI: Lourdes Casanova (El Siglo, Tucumán), Diego Castillo (Diario de Cuyo, Mendoza) y Ricardo Romano (Política y Desarrollo.com). Teniendo en cuenta que la autoría se constituye en un elemento periodístico que puede generar confianza al lector, el público puede aumentar y, con ello, la legitimidad de la información recibida.

- Titular: Por un convenio oficial.

Desde noviembre pagarán a quien entregue su arma. Darán cheques de 100 a 450 pesos. Aceptarán incluso las que no estén registradas legalmente.

Diego Castillo (Diario de Cuyo)

Sin embargo, la estrategia de los medios relevados ha sido distinta, y sin embargo no por eso, menos eficaz. Ejemplo de ello ha sido el diario Clarín, que ha demostrado una fuerte y continua presencia a través de su editorial y, siendo uno de los medios gráficos de mayor capacidad de colocación de noticias en la agenda mediática (Grupo Clarín y otros), ha resultado en un enclave esencial para la reproducción del tema en la agenda pública. Una nota o tapa del diario (como se ha tenido varias veces por fuera del periodo de análisis) ha sido eco suficiente como para, incluso, aumentar a índices inesperados las tasas de recepción diarias en los puestos de entrega de armas.

## **Fuentes periodísticas**

En las PI se identificaron 50 fuentes, de las cuales 32 fueron orales y 18 documentales. El 94% de las fuentes orales fueron oficiales, y entre las fuentes documentales, el 56% fueron oficiales, lo cual demuestra que los periodistas acuden primariamente a las fuentes oficiales para publicar la información.

De ese modo observamos que los lectores y la opinión pública en general tuvieron acceso principalmente a versiones de los funcionarios del gobierno sobre el asunto, a partir de lo cual la RAD retoma

su vinculación con el público, esta vez, como referente primaria de los funcionarios públicos, según explicáramos con anterioridad.

## **El análisis de los discursos periodísticos a la luz de la pieza informativa**

### **El género periodístico: la noticia**

A partir del análisis del género periodístico presente en el recorte temporal, observamos, como anticipábamos en la sección anterior, una tendencia hacia la información de las acciones realizadas en detrimento de la concientización o discusión de la problemática. Toca aquí hacer un punto aparte en este tema: el tratamiento testimonial del tema fue una demanda casi exclusiva de los medios a partir de las primeras semanas de aplicación del Plan; sin embargo, esto no se vio traducido en la colocación digital de las noticias, la cual difiere de la publicación en papel en la mayoría de los casos. A la luz de la gráfica “géneros” el cubrimiento del tema desarme se limitó a un ejercicio informativo, evidente en el hecho de que el 83% de las PI fueron noticias y 7% fueron breves, es decir, el 90% de las notas fue de carácter informativo. La mayoría de las fuentes fue documental basadas en boletines de prensa emitidos tanto por el gobierno como por la RAD.

Independientemente, el tratamiento de notas especiales -tratando el tema a partir de la información estadística, como desde los testimonios de la gente o de la lectura del problema a la luz de temas transversales -por ejemplo, el tema de violencia doméstica- tuvo una presencia considerable a partir del tratamiento de varios periodistas sensibles a la temática que, en contacto con los especialistas de la RAD, dieron cobertura en revistas especiales o suplementos de los diarios citados, como así también en programas televisivos o radiales (casos testigos son las notas publicadas en la revista Viva del diario Clarín, en la revista de La Nación, en el suplemento Las 12 del diario Página 12 y en entrevistas a miembros de la RAD y a familiares de víctimas en los noticieros centrales de Canal 13 (Grupo Clarín), Telefé y America TV y en programas radiales donde, primariamente, se transmitieron las pautas de difusión de la campaña oficial “Tenés un arma, tenés un problema”).

Resaltamos una entrevista a un miembro de la RAD, en la cual se profundiza sobre la problemática y se exponen argumentaciones. Una de ellas fue publicada por el diario Hoy de La Plata:

Darío Kosovsky, de la Red Nacional por el Desarme:  
“Bisturíes para operar en la calle” (Diario Hoy)

“Lo que es falso y hay que correr del imaginario colectivo es que la justicia con mano propia y particularmente con arma de fuego es eficiente. Porque la excepcionalidad de casos que salen bien es evidente. El que maneja un arma tiene muchas más probabilidades de morir que de salvar su vida y agredir al atacante”, apuntó Darío Kosovsky, del Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales y Sociales (INECIP) y miembro de la Red Nacional por el Desarme.

El especialista, al ser consultado por Trama Urbana, añadió: “Las deficiencias del Estado no tienen que llevar a la ciudadanía a reapropiarse del monopolio de la violencia legítima que históricamente es del Estado, que administra el uso de la violencia para que los ciudadanos no nos matemos entre nosotros”.

“Sería equivalente a que si la ciudadanía esté disconforme con la atención en salud y salga con bisturíes a operar por la calle. La verdad es que esto a cualquiera le pondría los pelos de punta”, agregó.

Igualmente, aclaró: “Es razonable y entendible que la gente esté cansada de sufrir hechos delictivos y que en la desesperación busque la salida que tiene a mano”.

El texto escrito

Dentro de la muestra se destaca un mayor reporte de piezas informativas en el mes de octubre, con el 87% de las publicaciones. Esto se explica por la destrucción de armas (última etapa del Plan) llevada a cabo el miércoles 24 de octubre, lo cual también explica que las estadísticas muestren aquel miércoles como el de mayor despliegue periodístico, con el 30% de las PI haciendo referencia al tema de la destrucción de armas como tema más importante del período relevado.

La difusión de la destrucción pública de las armas fue notable en las PI, ya que si bien el país cuenta con el antecedente de la campaña de desarme realizada en la provincia de Mendoza, es la primera oportunidad en la que se realiza una política a nivel nacional. Por otra parte, la cantidad de armas a destruir expresaba el éxito de la campaña, al mismo tiempo que reflejaba el carácter público de la política, al realizarse ante la presencia de las diversas organizaciones que componen la Red

Argentina para el Desarme (RAD) y de familiares de víctimas de la violencia armada. Dando así lugar a un acontecimiento novedoso y atractivo para los medios exponer a la opinión pública, como se evidencia en los titulares.

A partir del análisis al tratamiento, se puede deducir que la destrucción de armas fue de altísimo interés periodístico, en tanto fue visto y expuesto como un tema de gran impacto, por el significativo número de armas destruidas.

Las notas presentaron el acontecimiento como una explicación sobre el manejo y el destino final de las armas y las municiones entregadas en el marco del Plan Nacional de Entrega Voluntaria de Armas, por parte de los ciudadanos argentinos al Registro Nacional de Armas (RENAR). Algunos medios titularon:

- Inédita destrucción masiva de armas. (Página/12)
- Destrucción récord de armas en el país. (La Nación)
- Argentina: Más de 20 mil armas destruidas en la lucha en contra la violencia. (Adital)
- Plan de desarme voluntario:

Los argentinos se sacan 55.000 armas de encima 20 mil de ellas se fundirán mañana, anunció el Ministro del Interior desde la Casa de gobierno. (Diario de Cuyo)

- Campana: destruyeron 20.000 armas Habían sido recolectadas luego de tres meses de la puesta en marcha del Programa Nacional de desarme; las redujeron a hierro fundido. (La Nación)

Dicho acontecimiento permitió comprobar las intenciones de un Plan Nacional, al cual se le venía haciendo referencia. Se observa cómo la destrucción de armas fue notificada por la prensa, dándole credibilidad al Plan Nacional y legitimando las acciones del RENAR.

La participación de la RAD, como actor protagónico, citado en el 76% de las PI, fortalecía aún más la instalación de la Red Argentina para el Desarme (RAD) como organización especialista en el tema, veedora y promotora de una política pública para el desarme. Así titula la Agencia Federal:

- Contra la violencia armada:

Destruirán unas 20 mil armas entregadas en el marco del programa de desarme.

El acto se realizará hoy en la sede de la Empresa Scrapservice, en la localidad bonaerense de Campana.

“El fin último del plan: sacar armas de circulación por medio de su destrucción”, señalaron desde la Red Argentina para el Desarme.  
(Agencia Federal)

Por otra parte, el 24% de las PI explican el Plan Nacional de Entrega Voluntaria de Armas de Fuego, dando a conocer información general, describiendo sus objetivos y comunicando a la sociedad civil el procedimiento para participar en el programa, como fechas, lugares de entrega, precauciones, monto a reclamar, entidades responsables, entre otras.

- Plan Nacional de Desarme:

Ya se entregaron 50.000 armas para su destrucción. Se reciben a un promedio de 900 por día. El Estado paga por cada una hasta \$450.  
(Clarín)

La “entrega de 55 mil armas” es otro de los temas más citados, los medios resaltan esta cifra valorando el éxito del programa.

Argentina alcanza las 55 000 armas entregadas en tres meses de plan desarme  
(elcomercio.com /Quito-Ecuador)

Buenos Aires.- Los argentinos han entregado 55.000 armas en los tres meses de funcionamiento del Plan de Desarme Voluntario implementado por el Gobierno, informó hoy el ministro del Interior de Argentina, Aníbal Fernández  
(Diario Diario)

- Comienzo exitoso:

Ya fueron entregadas 55 mil armas para ser destruidas. Unas 20 mil serán fundidas el próximo miércoles.

Esta acción se enmarca en el Programa de Desarme Voluntario, mediante el cual el Gobierno nacional busca avanzar hacia una ley que regularice su tenencia

(Diario Hoy)

El éxito del plan, comunicado por la prensa, es una fortaleza tanto para el gobierno como para la RAD, porque generaba credibilidad y estimulaba el apoyo y la participación ciudadana.

### **Secciones**

No todos los sitios web clasifican la información por secciones, tal como lo hacen los periódicos impresos que diferencian la sección deportiva, de la judicial, la local, la política, etc. Muchas de las páginas web presentan las notas periodísticas juntas en una misma página, sin separarlas por áreas temáticas.

De todas formas, en los casos en que sí se ven diferenciadas las secciones, evidenciamos que la temática no se restringe a las áreas a las que más tradicionalmente se relaciona la problemática como “policiales”, sino que por el contrario se presenta como un problema acuciante a la sociedad en general y por ello es abordado desde distintos enfoques y hacia diversos públicos de lectores.

De este modo hemos encontrado 26 PI ubicadas en 12 secciones definidas. La mayor parte de las notas están agrupadas en secciones así: 15% está en Provincias y Municipios; 15%, en Información general; 14% en Policiales, 12%, en Internacionales, y 12%, en Argentina, presentando el tema como de interés general, con un público bien amplio: ciudadanos, familias y sociedad en general.

La variedad de secciones, entre ellas Cultura, Suplementos, Sociedad, Pop Rock e Interés, es testigo de cómo la problemática de la violencia armada fue dirigida a diversos sectores sociales. Este dato no es menor para las campañas sociales que promueven la no violencia, porque muestra cómo todos los públicos son susceptibles de convocatoria y existen posibles espacios de posicionamiento para las campañas.

Asimismo, al ser presentada desde la sección Provincias y municipios, la información sobre el desarme se hizo ver cercana y de interés para las regiones y localidades, inmersa en sus dinámicas sociales e importante para su desarrollo social, superando en parte la exclusiva visión y participación desde la Capital Federal de los asuntos nacionales.

Las secciones Mundo e Internacionales confirman de nuevo la amplia difusión permitiendo transpa-

rentar a la prensa internacional y a los organismos internacionales el cumplimiento de los objetivos trazados, de la implementación de acciones para la prevención, erradicación y combate del tráfico ilícito de armas de fuego previstos en el UNPOA dentro del cual las acciones tendientes a reducir el circulante de armas de fuego en la sociedad civil es una de las pautas estipuladas.

La colocación del tema en los medios y la Campaña ¡Basta de armas!

Como se ha dicho, la muestra comprendió el período entre el 15 de septiembre y el 25 de octubre de 2007, período en el cual se habían instalado 12 puestos móviles ubicados en diversas ciudades del país.

El RENAR (Registro Nacional de Armas) cuenta con 16 dependencias en todo el país, contabilizando Delegaciones y Agencias Registrales. Estas oficinas funcionan como bocas de recepción fija desde el inicio hasta el fin de la implementación del Plan de Entrega, donde los ciudadanos de esos centros urbanos pueden acercarse a entregar sus armas y recibir a cambio la contraprestación asignada. Hasta la fecha que comprende este estudio, a las oficinas oficiales se sumaron 12 puestos móviles o bocas de recepción, cada uno de los cuales tuvo un plazo predeterminado de habilitación para recibir armas y entregar el dinero correspondiente.

De la prensa argentina que desarrolló un trabajo periodístico sobre el tema “desarme” a través de Internet y en el período señalado, se registraron un total de 52 piezas informativas (PI), de las cuales 31 fueron publicadas por periódicos, 7 por agencias de noticias -tanto nacionales como internacionales- y 14 por medios web .

Por el buscador Google alerta de noticias, fueron 22 los periódicos que registraron PI, de los cuales 4 fueron de la Ciudad de Buenos Aires (Infobae, Clarín, La Nación, Página 12), mientras 14 fueron del interior de la Argentina (El Siglo de Tucumán, Diario de Cuyo de Mendoza, Diario Hoy de La Plata, La Capital de Mar del Plata, El Tribuno de Salta, El Litoral de Santa Fe, La República de Corrientes, El Día de La Plata, El Sol de Quilmes, Diario de Cuyo de San Juan, Diario Río Negro, Jornada de Mendoza, Diario Digital Jujuy al día, Misiones Online), y 4 fueron internacionales (Diario de Mallorca de España, Diario@Diario de República Dominicana, Tribuna de San Luis de México y El Comercio de Ecuador).

Esto muestra la amplitud geográfica de la recepción del tema y la dimensión a nivel local que tuvo el programa como así también su cobertura.

El Programa de Desarme Voluntario invita a los gobiernos municipales (locales) a participar a través de la instalación de los puestos móviles de recepción de armas. De ese modo el Plan se realizó en diversas localidades con mayor o menor concentración de población, pero siempre con el objetivo de activar el desarme de la sociedad civil. Siguiendo este esquema de acercamiento a los Municipios, trabajó la campaña Basta de armas. De ese modo se realizaron encuentros con gobiernos locales, ante quienes se enseñaba la propuesta, así como también se realizaron charlas- debate con la sociedad civil para reflexionar sobre la problemática de la violencia armada en las diversas comunidades.

Es por ello que en la mayoría de los casos, los medios del interior tratan el Plan de Desarme vinculado a la problemática local o a los eventos relacionados con las bocas de recepción instaladas en cada provincia. La cercanía del Plan de Desarme a las poblaciones del interior de la República Argentina, motivó la estrategia de difusión de la campaña Basta de armas.

En las notas periodísticas analizadas se hizo una constante referencia a la fecha de lanzamiento del Plan, y una actualización frecuente de las cifras de armas y municiones entregadas.

Por otro lado, dada la cantidad y la variedad de periódicos que trataron el tema, los diarios nacionales, residentes en la Ciudad de Buenos Aires, no tuvieron una predominancia significativa sobre los locales, en la cobertura. Si bien el diario La Nación encabeza la lista de periódicos que más ediciones publicó con PI sobre el Plan de Desarme, seis en total, seguido por el Diario de Cuyo de San Juan, Hoy de La Plata y Clarín, con dos ediciones cada uno.

También tocaron el tema 5 agencias nacionales de noticias, ellas son: Impulso Baires (prov. de Buenos Aires) Agencia de Noticias La Provincia (Partido de la Costa, prov. Bs. As.), Agencia Nova de La Plata (prov. Bs. As.), Noticias Argentinas (C.A.B.A.) y DERF Agencia Federal de Noticias (C.A.B.A.); y una internacional: Adital (Fortaleza, Brasil).

Una agencia de noticias siempre trabaja con notas a todo nivel, con un centro operativo no determinante, es decir, su ubicación no determina el ori-

gen ni la transmisión de la información, ya que la distribución se da en red a medios de todo el país. En algunos de los casos citados anteriormente observamos que fueron agencias de noticias de localidades que habían realizado el plan de canje, las que habían distribuido la información, dando cuenta que la red de información muchas veces partía de lo local hacia lo nacional. Cabe también destacar la agencia latinoamericana con centro en Brasil “Adital”, que se ocupó del tema en dos oportunidades durante el período analizado. Este último hecho se relaciona con la experiencia brasileña de desarme (Campanha do Desarmamento, 2003), iniciativa que se estaría reimpulsando en 2008 y sobre lo cual se referencia la experiencia de nuestro país.

En los medios a los que denominamos anteriormente medios web (portales), otro tipo de medios informativos que funcionan como distribuidores de información, abordaron en gran medida el tema del Plan de Desarme Voluntario. 14 medios web lo trataron, de los cuales 4 fueron internacionales. Ellos son: Santafe.com, Enredando.org (Rosario), Diario Buenos Aires, Terra Web, Terra España, Univisión México, CPN Radio de Perú, Auténtica Defensa, Política y Desarrollo, Noticias Net de Río Negro, Info Región, Punto Noticias de Mar del Plata, Corrientes Online, Tiempos del Mundo de EE.UU.

Se evidenció que existe una práctica de réplica entre los grandes y pequeños sitios periodísticos en la Red cuando los sitios web citan como fuente a otros medios informativos, entre ellos fueron mencionados: Diario Popular, El litoral.com, Clarín y UPI (United Press Internacional).

Con respecto a medios internacionales, si bien ya fueron mencionados todos, vale resaltar que se trató de 9 notas en 8 medios, de 6 países (Perú, Ecuador, República Dominicana, México, España y Estados Unidos).

En nuestro país, además de la Ciudad de Buenos Aires, se ven representadas 11 provincias a través de 22 notas periodísticas (San Juan, Córdoba, Jujuy, Salta, Río Negro, Buenos Aires, Corrientes, Mendoza, Santa Fe, Tucumán, Misiones). De ellas, la provincia que encabeza en cantidad de medios que trataron el tema, es Buenos Aires con 8 notas. La siguen San Juan, Corrientes, Mendoza, Río Negro y Santa Fe, con 2.

Los medios del interior del país hicieron un constante tratamiento al tema. Esta cobertura se debió

a la disposición de los 16 puestos fijos y 12 puestos móviles que incorporaron en 12 provincias y en la Ciudad de Buenos Aires. Por otra parte también retomaron las novedades de los eventos nacionales que se hicieron en el marco del plan.

## Conclusiones

El estudio realizado nos permite arribar a una serie de conclusiones acerca del impacto del Plan de Desarme sobre la prensa electrónica y el mensaje transmitido a las diversas comunidades de lectores de estas fuentes.

1. La campaña nacional ejecutada por el gobierno, en materia de comunicación, se limitó a entregar información general sobre el Plan a través de pautas televisivas, radiales y afiches en vía pública (sólo durante los primeros meses de la campaña). En respuesta a ello la RAD como organización se convierte en una fuente valiosa y necesaria para promover la instalación del tema y explicar las implicaciones del desarme y la no violencia, generando un espacio de debate y reflexión, hasta el momento ausente.

2. La colocación del tema en la prensa local denota un acercamiento mayor hacia el tema que superaba la simple enunciación de la noticia (estrategia de comunicación nacional motorizada por la campaña oficial). Para profundizar sobre la problemática, se observa que en reiteradas ocasiones los diarios locales acudieron a los miembros de la RAD como referentes para dar mayor claridad al tema, referenciados a través de la puesta en marcha de la campaña de concientización Basta de armas.

3. La cobertura del tema por fuera del tradicional encasillamiento de la sección policial permitió ampliar el espectro de análisis de la problemática y arribar a diversos públicos lectores.

4. Es importante observar que la cobertura noticiosa no obstaculizó el tratamiento en profundidad del tema, motorizado en este caso por la RAD y algunos periodistas previamente sensibilizados en la temática. Se observó un compromiso editorial de algunos diarios que siguieron el tema con una presencia constante no solo como herramienta clave para la difusión del tema, sino también para la colocación de espacios de debate por fuera de la media analizada.

5. Teniendo en cuenta que la destrucción de armas fue el acontecimiento más destacado en el

período analizado, pudo convertirse en un referente del programa para los lectores de los medios electrónicos analizados. Esto demuestra que las acciones concretas para expresar el rechazo a las armas, sean simbólicas o explícitas, tienen un mayor reconocimiento por parte de los medios digitales y, en consecuencia, puede generar en el público mayor impacto.