



Análisis de las portadas de los medios periodísticos nacionales

La configuración de lo político.

Resumen:

El trabajo analiza las portadas de diferentes medios periodísticos nacionales (Clarín y Página 12), desde donde es posible reconocer las diferentes prácticas periodísticas, muy especialmente aquellas ligadas al proceso de selección de los hechos que se dan en el espacio público y la posterior transformación en noticiables que, en el marco del trabajo, serán las de corte político. Esos medios, dan cuenta de los debates aún abiertos sobre la importancia e incidencia con que cuentan los medios de comunicación en la sociedad actual, además de ser indicadores culturales de representaciones sociales que manifiestan posicionamientos diferenciados con relación al rumbo político actual.

Introducción

La realidad actual de la Argentina revela diferentes debates, entre los cuales es posible señalar la importancia e incidencia con que cuentan los medios de comunicación en la sociedad actual, más cuando ellos no han dejado de ser indicadores culturales de representaciones sociales que, en el caso de los que hemos tomado para desarrollar estas líneas: Clarín y Página 12, no dejan de manifestar posicionamientos diferenciados con relación al rumbo político actual y representar diferentes voces sociales que se materializan en formas discursivas, dinámicas y formas de concretización espacial, mediante diversos tópicos que remiten invariablemente a circunstancias históricas, sociales y políticas en que son producidos.

Ambos medios están inmersos en innumerables controversias que, de manera más o menos extendidas, posicionan al diario Clarín como un medio de claro corte opositor al actual gobierno y a Página 12 como más cercano; además, ambos medios presentan también diferencias sustanciales en cuanto a los ejemplares que distribuyen, si bien no se cuenta con extrema precisión, las fuentes consultadas señalan que, el primero de ellos, aventaja largamente al segundo. En todo caso, lo que sí queda claro es que ambos ofrecen una marcada tendencia a privilegiar directrices diferenciales en cuanto a las fuentes, sujetos y actores de la información que analizan, aunque los contenidos de opinión evidencian tendencias opuestas, más allá de que suelen estar presentes un conjunto de temas y conceptos en muchos casos recurrentes. Esas diferencias no dejarán de estar presentes en el periodo analizado, más allá de que cada medio busca posicionarse y distinguirse entre sí, aunque como elemento común tenemos que ofrecen herramientas para el debate de los problemas de los argentinos, algo que forja un horizonte para la mirada diferencial sobre los acontecimientos y hechos del espacio social.

Por lo tanto, tomar ambos medios implica aceptar que lo que sabemos sobre los hechos próximos, pero aún los más lejanos, nos son ofrecidos por los medios de comunicación, quienes desde ese lugar y circunstancias que manejan hacen que confiemos en ellos, más allá de ciertas desconfianza a la manipulación que pudieran cometer con los hechos de la sociedad (Luhmann:2000). Sin embargo, independientemente de los debates sobre la importancia e incidencia con que cuentan, si se quiere, desde los orígenes de los medios de comunicación –Habermas: 1994–. Sin embargo, hoy no se puede omitir que el presente los sitúa frente a la emergencia de diferentes soportes que han afectado “*la penetración del producto impreso*” Boczkowski: 2006:20–. Precisamente, la emergencia de esos soportes comunicacionales, más los tradicionales han dado lugar a la llamada sociedad de la información –Castell:1987–, circunstancias que habilitan a que los medios periodísticos deban ser analizados como indicadores culturales de las representaciones sociales dado que, en buena medida, captan el interés y transforman los



hechos del mundo en hechos noticiables que producen reflexiones y consecuencias sociales en los diferentes públicos.

De ese modo, el artículo se propone analizar las portadas de ambos medios como un lugar sustancial desde donde se cuentan los diferentes hechos de la realidad y esa vía de entrada sustancial con que cuentan los medios periodísticos impresos hace que se destaquen unos temas sobre otros, más cuando les otorgan un lugar y una entidad según sea el caso, nos resumen de manera sencilla las noticias para que resulte todo más entendible y hacen posible mediar en la transformación de la realidad, deformarla y adecuarla a diferentes intereses para ser los hechos más conveniente según cada medio – Innerarity-2006–, a efectos de establecer *“un horizonte común de referencia y un recurso institucionalizado”* que hagan accesible el conocimiento de la realidad –Wolf:1994:120–.

De ese modo, las portadas y sus titulares son, como se señaló, los puntos más visibles del hecho informativo de los medios periodísticos, dado que nos muestran el aspecto revelador más sustancial, relevante y destacado y, por lo tanto, nos introducen al entorno discursivo más cuidado y accesible del periódico escrito, desde el cual es posible conocer vía esos titulares como se configura la imagen de cada medio, más allá de que cada cuadrado o rectángulo en que están contenidos cada titular, existe un orden desde el cual se expresa lo noticiable de cada medio y da cuenta de las marcas identitaria, vía un proyecto de relectura que se expresa desde esas portadas.

Por lo tanto, ese proceso de reducción de la información que se realiza en las portadas de los medios periodísticos, esa suerte de resumen, desde donde se expresan los temas de interés que cada uno de ellos hace sobre la base de una selección para impactar a sus lectores y posibilitar la comprensión de la noticia en cuanto proceso cognitivo –Van Dijk:2003–. Por ello, la base empírica que se tomará para el artículo serán las portadas de ambos medios a lo largo del año 2012, para desde allí aplicar la técnica de análisis de contenido cuantitativo, utilizando diferentes categorías de clasificación, a partir de las cuales es posible realizar diferentes consideraciones sobre sus características.

Cómo cuentan lo noticiable ambos medios

Esa manera particular de abordar los hechos por parte de ambos medios nos coloca frente a lógicas diferenciales, como luego revelaran los datos que han sido analizados, siendo esa carta de presentación que son las portadas, algo que les da un rol sustancial en esa relación que establecen con los lectores, además de que sabemos que es la página que lleva más trabajo y discusión, dado que refleja la línea editorial con que se expresan día a día, además de consustanciar la construcción de la imagen de cada medio según sea el caso y, como se ha señalado, aspiran a constituirse en guía de lectura y sugieren diferentes líneas de recorrido hacia el interior del periódico.

Vale aclarar que, una portada, presenta en su diagramación diferentes áreas, siendo la más destacada su título principal, quien ocupa no sólo un espacio destacado, además de contar con recuadros y diseños gráficos especiales, como también que suele ocupar en el rectángulo de las tapas un lugar más o menos fijo. Ese título principal se constituirá en un operador de direccionalidad de lectura y de interés, al cual se subordinaran el resto de los títulos, quienes no sólo se los denominarán secundarios, sino que actuaran de esa manera. Al respecto, en Clarín esos titulares secundarios actuaran de manera más significativa que en Página 12, dado que tienen un rol informativo y de anclaje, algo que dará lugar a la



complementariedad. Esos hechos establecen tradiciones mediáticas que se mantendrán de manera estable en cada medio a lo largo del tiempo.

En cuanto a la diagramación de la portada de Página 12, el título principal ocupará un lugar destacado, algo que compartirá con Clarín, pero se diferenciará en cuanto a que tendrá un espacio más extenso y estará acompañado de una fotografía o fotomontaje de importantes dimensiones, constituyéndose ambos soportes –título e infografía–, un todo discursivo coherente –Vilches:1984–. Sin embargo, ambos medios mantendrán un estilo general estable que se conservará de manera constante a lo largo del tiempo. En el caso del diario Clarín, para acompañar ese título principal, se usa como recurso tradicional como lo es la fotografía de actualidad, a efectos de dar un mayor énfasis a lo acontecido. Ambos medios, más allá de diferencias y similitudes, no dejarán de exponer una gran variedad de recursos verbales y visuales que se ponen al servicio de esa visión particular que presentan cada medio sobre los hechos de actualidad, a efectos de reforzar la identidad. Por lo tanto, la noticia de los medios es un modo particular de discurso de los medios de comunicación “sobre el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes” –Van Dijk: 1990: 17–.

Por lo tanto, la temporalidad social que se establece con la actualidad que se materializa en los medios de comunicación, es una dimensión angular del trabajo periodístico que estará en relación estrecha con ese tiempo social desde donde se articulan los aspectos centrales de la mediatización y, en este sentido, es oportuno señalar que “los componentes de la opinión pública no son solo imágenes, sino también afectos, razonamientos sobre hechos y procesos, supuestos sobre reglas, y apuestas al futuro” –Verón: 2011:27–. De esa manera, la construcción del interés público connota una forma particular de organización mediática y de surgimiento de la esfera pública en las sociedades de la información –McQuail: 1998–.

Esa esfera pública de la que forman parte los medios de comunicación, es lo que los hace ser parte del discurso social, más cuando este es “todo lo que se dice y escribe en un estado de la sociedad, todo lo que se imprime, todo lo que se habla públicamente o se representa hoy en los medios electrónicos. Todo lo que se narra y argumenta, si se considera que narrar y argumentar son los dos grandes modos de la puesta en discurso” –Angenot: 2010: 21–. Además, los medios periodísticos cuentan con públicos, aceptabilidades y producen encantos y no dejan de provocar hechos sociales y de intervenir en las conciencias individuales, siendo esa mediación que presentan las noticias de las portadas en este caso algo sustancial; además, no es posible separar la forma de su contenido, unidos ambos elementos por ese discurso que une ideas que se expresan desde las portadas, a partir de contar hechos sobre la realidad y reflejar acontecimientos, acompañados de dictámenes sobre lo que dicen como verdad. Por ello, no dejarán de producir en ese proceso sus propias verdades, vía las claves de interpretación que nos son propuestas. Por lo tanto, a partir de lo que hemos señalado es oportuno dar cuenta de las áreas temáticas que se expresan en las portadas en uno y otro medio.



Distribución de los Titulares en portadas según medio y categoría

Categoría	Clarín		Página 12	
	Nro. de Titulares	% de Titulares	Nro. de Titulares	% de Titulares
Deporte	471	12,9%	122	3,9%
Turismo	26	0,7%	2	0,1%
Espectáculo	268	7,3%	84	2,7%
Política	1361	37,3%	1509	47,7%
Noticias generales	226	6,2%	49	1,6%
Economía	247	6,8%	92	2,9%
Inseguridad	542	14,8%	170	5,4%
Educación	60	1,6%	24	0,8%
Noticias de corte social	166	4,5%	74	2,3%
Editoriales	284	7,8%	1035	32,7%
Total	3651	100,0%	3161	100,0%

Titulares correspondientes al año 2012

Fuente: Observatorio Social de la Universidad Nacional del Litoral

Dentro de esas opciones que realiza cada medio para expresar lo noticiable en sus portadas, siendo la forma en que en ellos desarrollan esas opciones, cómo se construyen las noticias hegemónicas a partir de los titulares, más si tenemos en cuenta esas referencias a los temas que adquieren más relevancia, más cuando desde allí aparecerá el mirador de los propósitos de la comunicación que nos hacen llegar ambos medios y se consolidaran las verdades incuestionables sobre las que tratan. De ese modo, lo verdadero más allá de su existencia o no en la realidad, es parte de lo que se ha seleccionado y jerarquizado en cada edición impresa, más cuando esos temas existen en la realidad y adquieren la condición de existencia, pero nunca dejará de estar ausente el áurea de verdadero que los acompañará en cada edición.

Esa construcción que acompaña a las noticias, conjuntamente con la edificación narrativa, es el modo central de presentación de las noticias en las portadas, elementos estos que volverán a adquirir relevancia cuando se posicionen dentro de la agenda pública, pudiendo adquirir formas hegemónicas, para de ese modo imponerse como existencia autónoma –Foucault:1970–.

Evidentemente, las noticias de corte político son las más frecuentes en las portadas de cada medio, pero Página 12 contará con cifras más abultadas y los editoriales serán la segunda opción, expresiones que tendrán menor eco en Clarín, quien a su vez tendrá en la inseguridad y el deporte, más las noticias de corte económico, las categorías sustanciales desde las cuales se expresará. Fuera de las categorías señaladas, las restantes tienen una presencia más bien opaca. Por lo tanto, esos discursos que se expresa en esas categorías más sustanciosas, según cada medio, utilizando para ello objetos, aconteceres y valores que se enunciaran en una realidad claramente superpuesta, además de que las referencias se posaran dentro de la categoría más significativa en ambos medios, es decir: La política.

Es de importancia, precisamente, esa categoría, no sólo por ser la más numerosa en ambos medios, sino además que ella aparece en diferentes estudios propios de las ciencias sociales perdiendo la centralidad del pasado en la vida social; por lo tanto, ver como se componen las diferentes subcategorías, posibilita analizar el papel de los agentes tradicionales del accionar de lo político, pero también como emergen nuevas formas, seguramente más plurales y heterogéneas en las manifestaciones políticas que los



medios nos posibilitan ver la diversidad y fragmentación con que cuenta, más cuando los medios de comunicación son una de las formas desde donde es posible captar el espíritu del tiempo.

En su momento señalamos la importancia que adquieren los títulos en la larga tradición de los medios periodísticos a nivel mundial, más cuando las noticias que son seleccionadas para tal fin adquieren notoriedad pública y establecen vínculos con sus destinatarios, más cuando ellos van a requerir de una autocomprensión y proporcionan elementos esenciales a diferentes sujetos sociales.

Desde ese lugar, más allá de que no será el tema específico del artículo, pero tampoco es posible omitirlo, dado que desde allí se conforma *“la ficción institucionalizada de la opinión pública”* –Habermas: 1994:262– y establecen un conjunto de expectativas y comportamientos del público, dado que ellos son proclives a tener determinadas disposiciones hacia el relato que ofrecen los medios sobre los acontecimientos. Esa relación puede establecer cierta inclinabilidad sentimental, a efectos de conformar una relación de ficción institucionalizada entre el público y el medio, desde donde emergerá una opinión pública con vestigios de autoridad sobre los hechos que se presentan sobre el mundo.

Esa opinión pública que establece esa relación, como se señaló, con los medios periodísticos vía los titulares en esta oportunidad, es lo que hará posible establecer las polémicas racionales entre las grandes corrientes de opinión que no dejarán de pugnar en el seno de la sociedad civil. Por lo tanto, admitir que un medio consiga imponerse en una opinión pública no es un hecho fortuito o azaroso.

Ese vínculo de los medios y los titulares que cada uno da a conocer día a día, en donde no estarán ausentes criterios materiales, de racionalidad y de representatividad que nos proporcionarían los medios periodísticos, es decir que son criterios institucionales de los medios, desde donde hacen llegar sus deseos y su política. Por ello, cualquier tipo de confrontación que se de desde los medios hace factible que sean presentada como portadores o concentradores de opinión pública y, en ese contexto, es posible señalar que ese vínculo entre medios y opinión pública es lo que en definitiva posibilita que ella adquiere credencial de tal, además de posibilitar entender que más allá del contexto institucional periodístico que contiene lo que se señala, no dejarán de pasar a ser un producto dentro de un proceso complejo de comunicación en el seno de un contexto social, en donde muchos de ellos es posible que no estén vinculados a los principios de la discusión pública ni a la dominación política.

Es conveniente señalar que las opiniones no públicas van a actuar en plural *“mientras que la opinión pública es en realidad una ficción”* –Habermas: 1994: 269–, pero esa realidad que es presentada desde los medios, es necesario pensarla como un proceso desde el cual se materializa el discurso de la política, pero todo ello debe estar mediatizado por las opiniones más o menos generalizadas de esa opinión pública, para que ese proceso sea efectivo y políticamente relevante y de manera angular que, los medios, se constituyan en los mediadores de las opiniones de los *opinión readers*, institucionalizadas, autorizada y relevantes, con una conexión constante a través de los medios de comunicación de masas.

Por lo tanto, ahora es posible comprender como los medios, en este caso los periodísticos, generan día a día los colectivos sociales que ya no podrán, como en el pasado, funcionar a tiempo real, pero no por ello dejarán de ser colectivos de comunicación en la medida que compartan una escena y construyan mundos y la temporalidad social de la actualidad que se materializa en los medios.



Distribución de los Titulares de la Categoría "Política" según medio y Subcategoría

Subcategoría Política	Clarín		Página 12	
	Nro. de Titulares	% de Titulares	Nro. de Titulares	% de Titulares
Partidos políticos	13	1,0%	10	0,7%
Parlamentarias	32	2,4%	58	3,8%
Políticas de justicia y seguridad	56	4,1%	52	3,4%
Acciones propias del poder ejecutivo	99	7,3%	127	8,4%
Político económica	48	3,5%	32	2,1%
Sindicalismo	108	7,9%	53	3,5%
Hechos internacionales	153	11,2%	244	16,2%
Protestas sociales	32	2,4%	12	0,8%
Casos de corrupción	113	8,3%	32	2,1%
Político-ecológicos	11	0,8%	18	1,2%
Reclamo de sectores	47	3,5%	12	0,8%
Polémicas políticas	454	33,4%	246	16,3%
Políticas de salud	24	1,8%	8	0,5%
Noticias electorales	9	0,7%	6	0,4%
Sector agropecuario	10	0,7%	12	0,8%
Obra pública	3	0,2%	1	0,1%
Humor político	3	0,2%	346	22,9%
Hechos inherentes a DDHH	26	1,9%	137	9,1%
Otras	120	8,8%	103	6,8%
Total	1361	100,0%	1509	100,0%

Titulares correspondientes al año 2012 y de la categoría "Política"

Fuente: Observatorio Social de la Universidad Nacional del Litoral

Si sólo tomamos los titulares comprendidos en la categoría de "políticos", es posible reconocer algunos elementos, como se señaló con anterioridad, similares entre un medio y otro. Sin embargo, esos titulares adquieren características diferenciales entre cada uno de ellos, más allá de compartir un espacio y diseño que se destaca sobre el resto de las noticias que se presentan. En Página 12, ese título principal se concentra en su imagen casi única, ocupando en innumerables ocasiones cerca de los dos tercios del mismo que sumado a la imagen que lo acompaña, se constituirán en el anclaje angular de las titulaciones, siendo el medio habitual desde donde se expresaran las noticias.

Por lo tanto y más allá de las relaciones que establece cada medio con sus lectores, ellos tendrán en común en esos títulos principales, el compartir reglas de puesta en escena y sintácticas, como formas desde las cuales se diferenciarán en sus estrategias de comunicación. Ellos cumplirán la función central de aportar información a través de datos que se ponen en contacto con un público que hará la reconstrucción mental y cognitiva de los hechos y, por lo tanto, todos los recursos que ponen en juego los medios apuntarán a que la información que ponen a disposición del público no deje de ilustrar e interpretar los hechos que ocurren.

En ese sentido los títulos principales relacionados con "lo político" y "la política", concentran en ambos medios el grueso de los titulaciones, pero en el caso de Página 12 esos valores ocuparán más de dos tercios de los mismos, contando las restantes categorías con valores más bajos, inseguridad 6.4 % o economía 4.7 %. Las restantes contarán con valores menores al 1%. En el caso de Clarín, como se señaló,



además de la categoría política el resto se encuentran también representadas en mayor número, tal es el caso de la economía 13 %, deportes 7.2 % o inseguridad 6.6 %.

Distribución de los titulares principales según medio y categoría

Categoría	Clarín		Página 12	
	Nro. de Titulares Principales	% de Titulares Principales	Nro. de Titulares Principales	% de Titulares Principales
Deporte	26	7,2%	0	0,0%
Espectáculo	1	0,3%	3	0,8%
Política	250	69,1%	308	85,8%
Noticias generales	2	0,6%	2	0,6%
Economía	50	13,8%	17	4,7%
Inseguridad	24	6,6%	23	6,4%
Educación	4	1,1%	3	0,8%
Not. de corte social	5	1,4%	3	0,8%
Total	362	100,0%	359	100,0%

Titulares Principales correspondientes al año 2012

Fuente: Observatorio Social de la Universidad Nacional del Litoral

Esa mayor concentración temática de las noticias en Página 12 y la mayor dispersión que presenta Clarín, son en definitiva dos modos de entrar en la escena pública y de influenciar en ella, además de ser la forma desde *"Il cual se apela a la receptividad, al clima de opinión o cultura"* –Capellan: 2008: 207–. Esa forma de establecer cada medio su vínculo con los receptores, es algo que hace imposible soslayar que ellos forman parte de la cultura de masas y los medios de comunicación son también sustanciales en la cultura de masas. Esos elementos hacen viable jerarquizar la importancia de los contenidos de los medios en sus distintas fases de producción y reproducción.

Por lo tanto, en ese contexto, ambos medios construyen su propia opinión pública y desarrollan un papel activo, autónomo y personal con sus audiencias, contando con preferencias y necesidades, desde los cuales se establecen las relaciones de la comunicación mediática y el lugar desde donde es posible reconocer el papel activo de los medios, además del papel activo del público.

Esa manifestación que se da en la categoría política y las turbulencias retóricas que seguramente acompañan a las mismas, no dejan de ser un campo de problematización de la comunicación periodístico, atento a que en buena medida las relaciones de poder en la sociedad argentina actual hace que *"se configuran en lo comunicacional"* –Uranga: 2011: 263–. Ese espacio de lucha, al ser la categoría política la más significativa en ambos medios, es sin duda el gran espacio de esa lucha simbólica, desde el cual los públicos se ubican en el escenario de los medios de comunicación y las relaciones que se establecen entre ellos.

Esa independencia y subjetividad es el lugar desde donde los medios establecerán condiciones y no ahorran argumentos para enmarcar las noticias; por fuera de esa condición tampoco es posible no señalar las leyes de mercado en la que están insertos ambos, pero sin lugar a dudas, ellos se encuentran atravesados por el espacio de la comunicación, de lo público y la política en sentido más general. Por lo tanto, despejada la condición de objetividad en las que se presentan ambos medios, ellos no dejarán de exhibir la realidad a través de las noticias y como se incorporan los hechos de la política en sentido amplio.

Uno de los aspectos más destacados que nos presentan el cuadro, es el amplio tejido de relaciones equivalenciales que se universalizan desde cada medio, las opciones que realizan y las expresiones de los



objetivos particulares, sin desconocer que por ello no dejaran de existir en una amplia gama de relaciones de asociaciones más extensas de tendencias, a veces más particulares y en otras ocasiones más vastas. En todo caso, lo más importante es que *“cada una de las articulaciones posibles al interior de la matriz estructural conduce a un modo diferente de constituir identidades sociales y a diferentes grados de universalización de sus exigencias”* –Laclau: 2008:27–. Ese es el marco desde el cual se institucionaliza lo inmanente de los medios periodísticos, muy especialmente los analizados en este artículo.

Luego de las referencias que hemos hecho sobre los titulares, nuestro interés se centrará en la categoría política de los mismos, en cierta medida por la extensión que presenta y también por las formas complejas en que son articuladas desde los medios, más cuando ellos narran como la política debe ser pensada, además de ser un punto insustituible de como se conforma una cierta forma de representación, más allá de las distorsiones que nos alcanzan a diario desde esa particularidad en la que se mueven y las diferentes figuras discursivas a las que apela cada uno de ellos.

Lo primero que vale destacar sobre esos títulos principales referidos a la categoría “política”, quienes además son mayoritarias en las portadas de ambos medios, son las opciones diferenciadas entre uno y otro y también sus coincidencias. En cuanto a las primeras, las “polémicas políticas”, son importantes en ambas, pero en Clarín presentaron valores superiores (33.4 %), con relación a los de Pagina 12 (16.3 %). Esa forma de determinación de las noticias es el proceso por el cual se transforman en relevantes y conceptualmente especificable, para desde allí constituirse en el fundamento discursivo con que se comunica al todo social los hechos más destacados de la política que, en buena medida, opaca y dificulta la transición a otras expresiones de la política, como también esa universalidad que proponen. Para Clarín será el lugar desde donde se evocan las enunciaciones de lo único que puede ser presentado y ofrecido al público, dando lugar a representar la fidelidad de los acontecimientos desde el lugar de lo concreto y situado.

Distribución de los Titulares Principales de la Categoría "Política" según medio y Subcategoría

Subcategoría Política	Clarín		Página 12	
	Nro. de Titulares Principales	% de Titulares Principales	Nro. de Titulares Principales	% de Titulares Principales
Parlamentarias	6	2,4%	17	5,5%
Políticas de justicia y seguridad	11	4,4%	13	4,2%
Acciones propias del poder ejecutivo	29	11,6%	62	20,1%
Político económica	19	7,6%	18	5,8%
Sindicalismo	19	7,6%	16	5,2%
Hechos internacionales	4	1,6%	20	6,5%
Protestas sociales	4	1,6%	1	0,3%
Casos de corrupción	31	12,4%	11	3,6%
Político-ecológicos	1	0,4%	2	0,6%
Reclamo de sectores	8	3,2%	1	0,3%
Polémicas políticas	98	39,2%	69	22,4%
Políticas de salud	1	0,4%	2	0,6%
Noticias electorales	2	0,8%	3	1,0%
Sector agropecuario	1	0,4%	4	1,3%
Obra pública	0	0,0%	1	0,3%



Hechos inherentes a DDHH	2	0,8%	40	13,0%
Otras	14	5,6%	28	9,1%
Total	250	100,0%	308	100,0%

Titulares Principales correspondientes al año 2012 y de la categoría "Política"

Fuente: Observatorio Social de la Universidad Nacional del Litoral

Esas polémicas políticas forman parte del espectáculo político *"una suerte de imperativo sistemático más que la expresión de una patología individual"* –Fabbrini:2009-71–. Esa modalidad sustituye el papel de los partidos políticos y darán lugar a la creciente personalización que adquieren los hechos políticos y la inevitabilidad de los mismos. Los medios de comunicación son actores centrales en la difusión de esos hechos.

Los hechos internacionales constituyen en ambos una categoría de peso, las acciones propias del poder ejecutivo sigue la misma suerte, algo que sucederá con otras; sin embargo, una de las deferencias significativas será la mayor cantidad de títulos principales con que cuentan los hechos inherentes a los derechos humanos en Página 12 por sobre los de Clarín, constituyendo la marca registrada de ese medio.

Ahora es oportuno detenerse en la categoría "acciones propias del poder ejecutivo" que ambos medios la tendrán con valores importantes, en Clarín 7.3 % y Página 12 con 8.4 %, más cuando ella expresa la presentación pública de la máxima autoridad gubernamental del país y es uno de los puntos centrales de la divergencia entre ambos medios, a partir de mostrar enfoques diferenciados que se hacen más marcados si utilizamos la perspectiva de la situación y la del acontecimiento. La primera apuntará al terreno de la objetividad que da cuenta de cómo se desarrolla ese estado de situación y cómo se desarrolla todo ese proceso que se relata desde los títulos principales que hace a lo representable. Por lo tanto, la noticia en cuestión vincula el acontecimiento con la situación que hará a la visibilidad de aquello que la situación sólo puede ocultar. Ese saber que expresan esos títulos, se inscribe dentro de las categorías objetivas de verdad que desarrolla cada medio, eso si, dentro de categorías preestablecidas insertas en una serie de implicaciones sostenidas desde los acontecimientos.

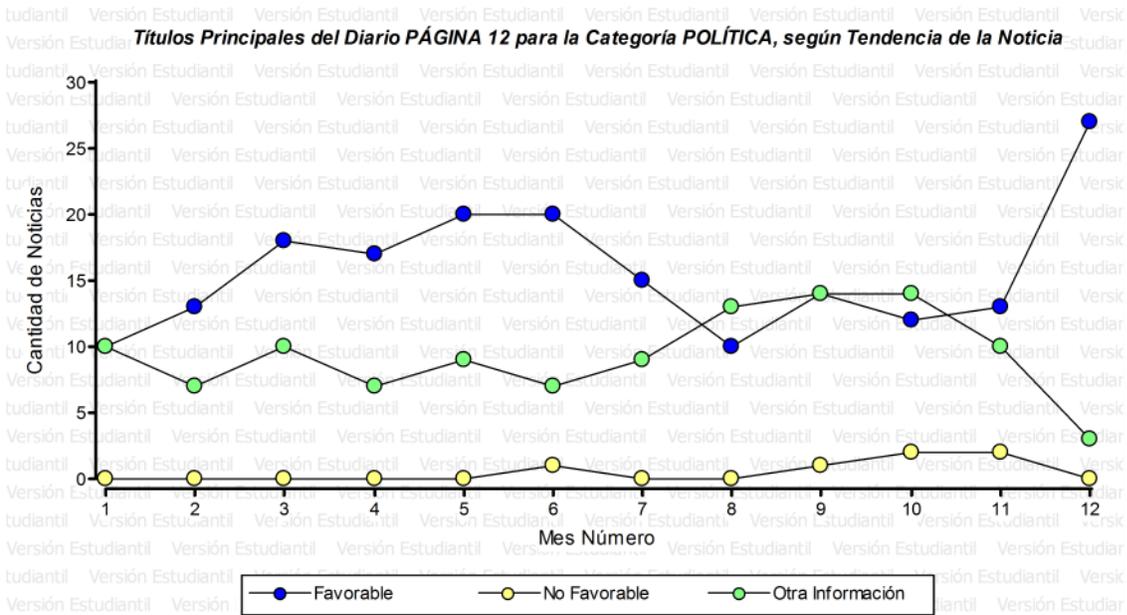
Ahora bien, resta analizar el comportamiento de cada uno de los medios sobre aquellas categorías que objetan la marcha de la política gubernamental, algo central para constituir lo noticiable, a modo de ejemplo, las noticias sobre sindicalismo cuentan con un 7.9 % en Clarín y 3.5 % en Página 12, de la misma manera se presenta 2.4 % para el primero y 0.8 % en el segundo. La categoría de noticias referidas a casos de corrupción 8.3 % para el primero y 2.1 % para el segundo. Esas categorías con sus valores, más allá de las diferencias que son evidentes entre unos y otros, no dejan de señalar las formas sobre las cuales se cristaliza la "oposición" o la "adhesión". Precisamente, la visibilidad que ellas aportan a zonas desde las cuales es posible que se exprese la determinación y la fidelidad acontecimienta de los acontecimientos, vía los contenidos materiales que se seleccionan en esos titulares principales.

Por lo tanto, analizar la compleja especificación de los hechos que se presentan desde los titulares, muy especialmente de aquellos referidos a la marcha de la política desde el poder, se da desde diferentes categorías que estructuran las situaciones y acontecimientos que se seleccionan y desde los cuales se aspira a lograr algún tipo de hegemonía. Desde Página 12, esos hechos son minimizados y su forma de expresar los acontecimientos, no sólo que van a ser menores en cantidad, sino que también será la forma de mostrar la ruptura sobre los recursos ordenadores de la dimensión situacional, evitando esos escollos a través de expresar otras distinciones sus noticias y así separar esos significados de las categorías que darán forma a su particular forma de ordenamiento de los hechos del mundo.



¿Qué conclusiones generales pueden, por lo tanto, derivarse de este complejo conjunto de interconexiones que nos presentan los títulos principales de las portadas de ambos medios?. Al respecto, vale rescatar que, más allá de lo que hemos señalado en otras oportunidades, sobre la tensión que se produce en el plano social, esa tensión que se da sobre la capacidad de absorber los hechos en noticias y como estas se organizan sobre la base de los principios estructurales de cada medio, el nivel de elección y evaluación moral que realizan han sido ejecutadas antes que se de el acontecimiento y lo situacional en el tejido mismo de la vida social. Queda ahora por analizar como esos títulos principales comprendidos en todas las categorías, que fueron a su vez sistematizados con relación al poder ejecutivo, dando lugar a que sean positivos con respecto a él, negativos o bien que puedan dar cuenta de otra información a lo largo del año 2012.

En el primero de los casos, es posible ver como los titulares principales de Página 12 se muestran mayoritariamente favorables, seguidos de los referidos a otra información muy escasamente representados los que dan cuenta de críticas al poder ejecutivo. Sin embargo, los datos muestran ciertos altibajos de esa adhesión mayoritaria de ese medio al finalizar el último trimestre y por añadidura el crecimiento de la categoría otra información durante ese periodo. Los títulos principales desfavorables al poder ejecutivo se mantendrán con valores muy bajos a lo largo del periodo analizado.

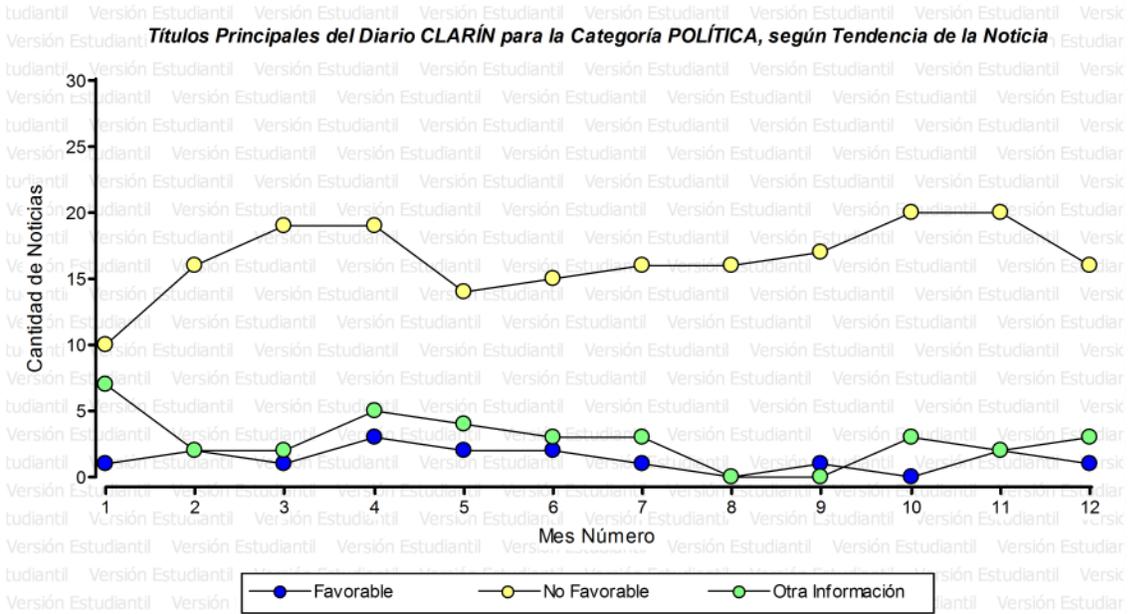


Titulares Principales correspondientes al año 2012 y de la categoría "Política". Diario Página 12.
Fuente: Observatorio Social de la Universidad Nacional del Litoral

En cuanto a Clarín, las referencias que nos va a presentar sobre esos títulos principales serán opuestos a los de Página 12, por cuanto sus titulares se expresaran de manera constante y homogéneo como opuestos al poder ejecutivo nacional, siendo escasos los favorables e igual camino recorrerán los referidos a otra información. Por lo tanto, esa forma de comunicar al público algo que se supone no tiene, es desde cada medio una forma de elaborar “ese saber en forma de relato que describe y explica los acontecimientos” –Ortega: 2006:17– . Lo señalado no hace más que poner en debate las dificultades que constituye el acto de informar, más cuando esas configuraciones de percepciones e imágenes sociales que nos ofrece uno y otro repercuten en los comportamientos colectivos, más cuando los medios no solo acumulan datos sobre la realidad, sino que en el proceso de organizarlos y ofrecer un sentido de lo

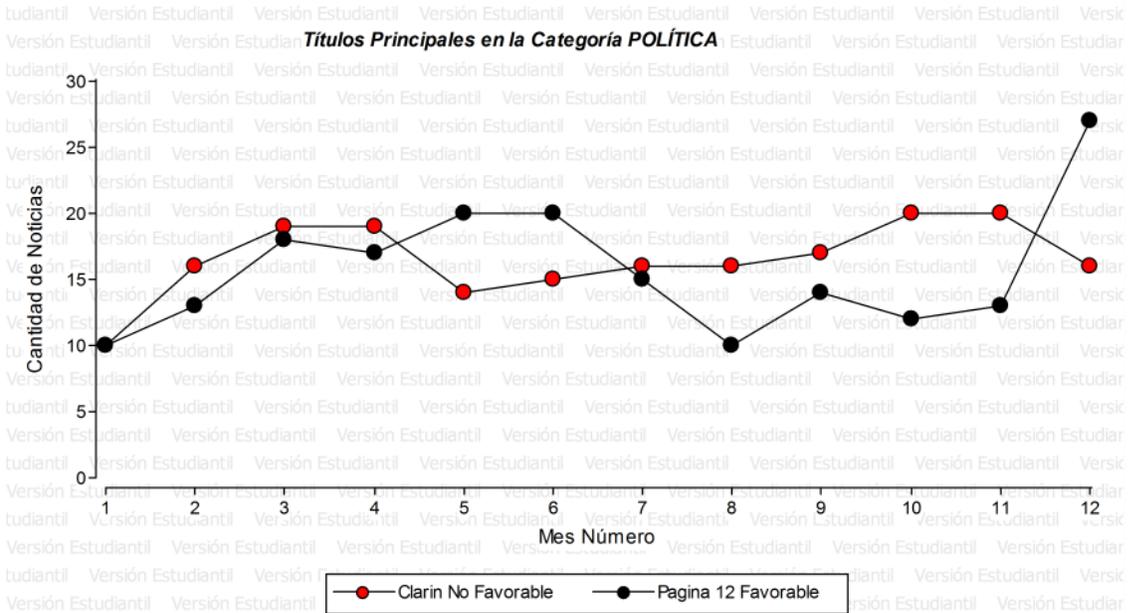


acontecido, constituye el núcleo central de lo periodístico que, como podemos ver, no se da de manera similar en cada uno de ellos. A partir de estas premisas es posible comprender como se produce la información en los periódicos.



Titulares Principales correspondientes al año 2012 y de la categoría "Política". Diario Clarín.
Fuente: Observatorio Social de la Universidad Nacional del Litoral

Esa diferencias que presentan los medios analizados vía versiones divergentes, es probable que produzcan la separación del objetivo de informar y, por lo tanto, la titánica tarea de comprender la veracidad de los titulares de prensa y como la construcción de los discursos hegemónicos desde esos titulares de prensa darán lugar a imposiciones de verdades incuestionables que tratan que, más allá de existir en la realidad, adquieran una particular forma de existencia por el sólo hecho de ser presentado como verdadero.



Titulares Principales correspondientes al año 2012 y de la categoría "Política"
Fuente: Observatorio Social de la Universidad Nacional del Litoral



Por lo tanto, más allá de las particularidades que hemos dado cuenta en este caso vía los títulos principales con relación a la adhesión o el rechazo a las acciones del Poder Ejecutivo, el gráfico es aleccionador en ese sentido, permiten destacar la forma desde la cual los medios hablan e informan desde si mismos y como ese mundo temático que seleccionan es complementario de ese propósito que desarrollan y además como ese camino periodístico que despliegan se impone y adquiere existencia autónoma.

Esa autorreferencia da punto de partida a una realidad construida, pudiendo recorrer los hechos externos, es decir lo que acontece en la realidad desde caminos contrarios, generando una suerte de estado imaginario opera sobre esa realidad que se construye a través de temas que *“son el requisito ineludible de la comunicación”* –Luhmann: 2000: 17–, más cuando esos temas, en este caso los que se expresan desde los títulos principales van a adherir o no a las políticas del poder Ejecutivo, además de organizar la comunicación y lo reconocible sobre cada tema en particular y se incorporaran a la realidad más conveniente, los temas más convenientes sobre esa realidad, siendo el lugar desde el cual no sólo se establecen referencias u horizontes para el público, sino que ese será el punto de partida desde el cual se acompañarán los lineamientos informativos, quedando algo más claro como se construyen sus propias verdades y más allá de la indemostrabilidad de muchas de ellas, pero no por ello dejaran de ofrecer a sus receptores la posibilidad de percibir y entender la realidad con las claves de interpretación que ofrece cada medio.

Consideraciones finales

A comienzos del artículo señalábamos la polémica en que están envueltos los medios periodísticos en la Argentina, muy especialmente los que hemos analizado, pero el hecho realmente destacado es que la historia del periodismo este surcada por hechos similares, constituyendo en buena medida un tema recurrente, pero tal vez hoy sea el propio tema, señalado desde diferentes espacios con pasión y una voracidad que se manifiesta en lo público de manera sustancial, dando lugar a que *“hacer periodismo es hoy, también es informar sobre el propio periodismo”* –Espada: 2009–.

Esa polémica no se desarrolla y gestiona en solitario, más cuando esa disputa se desenvuelve en medio de noticias, pero también con situaciones y hechos que escapan a la labor periodística de cada medio, pero que si estarán sujetos a explicaciones, enfoques variados y orientaciones de sentido, a efectos de conformar el escenario de la glorificación periodística.

En ese sentido, el periodismo desde el imaginario colectivo ejerce otras funciones, como es el caso de ser el contrapoder de la política diaria, algo que ayer, pero sobre todo hoy da lugar a que ambos medios ocupen el centro de la vida moderna y en el caso de la Argentina, sea el foco de buena parte de las disputas propias de la política, expresando la incapacidad para poder ejercer ese contrapoder de la política, inclusive pudiendo llegar a ser su cómplice.

Ese cuadro de situación dificulta la forma en que son narradas las noticias, ya que expone la labor periodística a la tarea de seleccionar las noticias sobre los hechos que acontecen, pero también desarrollar la tan mentada labor de objetividad y veracidad que la tradición los envuelve, algo que da lugar a discutir su legitimidad y competencia para hacerlo y resquebrajar y ahondar la crisis de confianza entre ciudadanos y periodismo.

El análisis que hemos realizado da algunos indicios de cómo las portadas de los medios brindan diversos elementos de cómo se construyen realidades, verdades o se crean entornos cognitivos que



facilitan la llegada de mensajes distorsionados y diversas formas de como se privilegian informaciones y, fundamentalmente, el tipo de trabajo que se realiza sobre ese conjunto de temas y conceptos recurrentes que son utilizados, elementos estos que cobran relevancia variada sobre la marcha de los conflictos o de los hechos en general. De allí que, esa intencionalidad editorial que expresa cada uno de ellos, se hace en base reforzar imágenes, dar importancia a los temas o bien minimizarlos o legitimarlos o deslegitimarlos según sea el caso, no dejando de ser intentos por presentar las formas que adquiere la cultura política argentina moderna y la propia mirada diferente sobre los diferentes acontecimientos.

Esa concepción visual que llevan adelante los medios en pos de establecer concepciones hegemónicas y formas de intervención sobre los acontecimientos a través de diferentes formas desde la que se expresan los comentarios de los hechos de la actualidad, hacen que esa escenificación de la actualidad facilite la construcción de situaciones sobre los hechos, más cuando enmarcan situaciones imaginarias que suelen ser representadas de manera incongruente o exagerada, pero que no dejaran de estar mediadas por hechos reales.

Por lo tanto, los medios de comunicación pueden ser varias cosas al mismo tiempo, ya sean correa de transmisión de demandas o exigencias de diferentes sectores de la sociedad, aliados del poder político u orientadores de diferentes aspectos del quehacer político, pero no dejaran de ser parte de la lucha del poder, más cuando ninguna de las posibilidades que se han señalado son excluyentes una de la otra. Por ello, la realidad de la comunicación hoy en la Argentina requiere debatir sobre la responsabilidad social de la comunicación para poder ir más allá de la discusión sobre la pertinencia o impertinencia del manejo que hacen los medios. Ellos, difícilmente acerquen las noticias desde la espontaneidad, ni pueda modificarse el escenario por esta vía, más si pensamos que puede lograrse solamente a través de la acción política. Por lo tanto, una de los caminos posibles para recrear el modelo noticioso de los medios y con ello mejorar la calidad de la labor periodística es ir andando un camino que vaya más allá de la calidad técnica, para si tener como finalidad evitar encajar la realidad en un esquema informativo preconcebido.

Ya para finalizar, es sustancial rescatar la importancia en la construcción de la realidad que realizan los medios, pero atento a las limitaciones o realidades desde donde ello se realiza, algo que no invalida insistir en la necesidad de ahondar el debate sobre el interés público y el rol de las prácticas periodísticas, más si se tiene en cuenta los intereses ciudadanos, atento a que los medios de comunicación cuentan con la posibilidad de edificar temas y perspectivas que adquieren importancia para el interés pública, asignándole desde el sistema informativo la prevalencia de unas concesiones sobre otras, generando tensiones en la conceptualización acerca de la verdad, las trascendencias u urgencias.

De allí que ahondar en trabajos de investigación sobre el análisis de los enunciados y del transfondo de los significados y valoraciones que circulan en los medios, constituye una tarea no menor, más cuando ellos producen efectos sociales significativos en las condiciones de comunicación y los medios de comunicación con la sociedad depende, en no pocas ocasiones, de las circunstancias del momento y lugar, más allá de que la aparente estabilidad de los contextos sociales, no dejaran de existir conflictos y tensiones, a escala nacional e internacional, que se expresan en forma de *“conflictos ideológicos, reivindicaciones competidoras respecto a los recursos y, a veces, mediante crisis sociales”* – Mcquail:2000:29–.

Por último, en ese diario y cotidiano productor, difusor y depositario de significado, los medios de comunicación periodísticos, son y es de esperar que sigan siendo los que nos acerquen los acontecimientos y sucesos de la vida pública, más allá de que como se intenta señalar aquí, difícilmente, puedan alcanzar



neutralidad y objetividad, así que ese problema volverá a parecer una y otra vez, más allá de que los tiempos de la Argentina de hoy cobren mayor intensidad en el campo de la comunicación, haciendo que la discusión se concentre en valores y significados que poco sentido tendrán si se los enmarca en ideas y prácticas que deberían aplicar los profesionales mediáticos en el curso de su labor. Por lo tanto, esos aspectos superponiéndose a la teoría normativa, a modo de ejemplo referido a cuestiones de ética periodística, no dejan de revelarnos el estado de situación de los comunicadores y sus organizaciones.

Bibliografía

- Angenot, M.** El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo veintiuno. 2010.
- Boczkowski, P.** Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online. Buenos Aires: Manantial. 2006.
- Capellán, G.** Opinión pública. Historia y presente. Madrid: Trotta. 2008
- Castells, M.** La era de la información. Economía, sociedad y cultura. México: Alianza Editorial. 1987.
- Espada, Arcadi.** "La noticia periodística en El fin de los periódicos" Crisis y retos del periodismo actual. Barcelona: Cuomo ediciones. 2009.
- Fabbrini, S.** El ascenso del príncipe democrático. Quién gobierna y cómo se gobiernan las democracias. Buenos Aires: Fondo de cultura económica. 2009.
- Foucault, M.** La arqueología del saber. México: Siglo veintiuno. 1970.
- Habermas, J.** Historia y crítica de la opinión Pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gilli. 1994.
- Innerarity, D.** El nuevo espacio público. Madrid: Espasa. 2006.
- Laclau, E.** Debates y combates. Por un nuevo horizonte de la política. Buenos Aires: Fondo de cultura económica. 2008.
- Luhmann, N.** La realidad de los medios de comunicación, México: Anthropos. 2000.
- McQuail, D.** La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Buenos Aires: Amorrortu editores. 1998.
- McQuail, D.** Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós. 2000
- Ortega, F.** Humanes, M. y otros. Periodismo sin información. Madrid: Tecnos. 2006
- Uranga, W.** "Modelo informativo, relaciones de poder y espacio público: el relato mediático de lo real", La comunicación como ámbito de construcción de la realidad social. Buenos Aires: Imago mundi. 2011.
- Van Dijk, T.** Racismo y discurso de élite. Buenos Aires: Gedisa. 2003.
- Van Dijk, T.** La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós. 1990.
- Verón, E.** Papeles en el tiempo. Buenos Aires: Paidós. 2011.
- Vilches, L.** La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión. Buenos Aires: Paidós. 1984
- Wolf, M.** Los efectos sociales de los medios. Barcelona: Paidós. 1994.