



Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Licenciatura en Comunicación Social

Trabajo final de grado: Los medios y los intereses detrás de la noticia.

Análisis de la cobertura mediática de la desaparición del submarino

ARA San Juan.

Alumno: Ahumada Mathias

37.766.673

Tutor: Oscar Romano

Resumen

En esta investigación analizamos las tapas de los diarios *Clarín* y *Página 12* la semana previa a la desaparición del submarino ARA San Juan. Basamos nuestra investigación en las portadas físicas impresas por ambos diarios. Utilizamos como motor de análisis la teoría de la agenda setting para argumentar nuestro análisis de ambos periódicos. También realizamos una comparación de las diferentes publicaciones entre ambos diarios para entender su línea editorial y cómo modifican su agenda de acuerdo a sus intereses particulares. Por último, también realizamos una investigación de las portadas el día de la aparición de la nave de ambos periódicos, examinamos en profundidad ambas portadas para luego compararlas; de esa manera logramos interpretar la producción de sentido que ambos periódicos intentan imponer sobre un mismo tema.

Índice

Introducción	
.....	4
Capítulo 1 La influencia de los medios.....	8
Capítulo 2 Cómo se informan los públicos.....	20
Capítulo 3 Cobertura mediática de <i>Clarín</i> y <i>Página 12</i> - Desaparición del Ara San Juan	44
Capítulo 4 Cobertura mediática de <i>Clarín</i> y <i>Página 12</i> - Aparición del Ara San Juan.....	50
Conclusiones	
.....	56

Introducción

El submarino Ara San Juan entró en servicio para la Armada argentina durante el gobierno democrático de Raúl Alfonsín en 1985. Se mantuvo en actividad hasta el 15 de noviembre de 2017 cuando una explosión en una de sus baterías dejó a la tripulación incapacitada para poder maniobrar la nave y llevarla a la superficie. Se pudo confirmar su desaparición varios días después al no recibir ninguna señal en los centros de monitoreo.

Previo al momento de desaparición el submarino estaba realizando un recorrido desde Ushuaia hasta Mar del Plata. Con su hundimiento perdieron la vida los 44 tripulantes de la nave.

En un primer momento el rastillaje del submarino lo realizó la Armada argentina con colaboración internacional. La ayuda llegó desde países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia, Chile, Perú, Brasil, Uruguay, Colombia, Rusia y Noruega.

En 2018 el gobierno argentino contrató a la empresa Ocean Infinity para continuar con la búsqueda del submarino. Finalmente el 17 de noviembre de 2018 se logró localizar a la nave a una distancia de 500 kilómetros de Comodoro Rivadavia a unos 400 metros de profundidad.

La desaparición y el posterior hallazgo del submarino desataron una infinidad de publicaciones de los medios de comunicación en Argentina, principalmente de los que se encontraban en una posición radicalmente opositora u oficialista al entonces presidente Mauricio Macri.

Al igual que en *Clarín*, en *Página 12* anuncian el 18 de noviembre la desaparición del submarino.

Para este trabajo realizaremos un análisis crítico/comparativo de las publicaciones de ambos diarios durante los dos momentos críticos de la noticia: su desaparición y su aparición.

Partiremos desde la premisa que ningún medio de comunicación es completamente objetivo. Para el presente trabajo seguiremos la línea McCombs y Shaw (1972) que conceptualizan el término de Agenda Setting, a través del cual sostienen que los medios no sólo deciden qué hechos son noticiables y qué hechos no lo son, sino que también establecen una jerarquía y un orden de los mismos, que luego influye en la opinión pública.

Al seleccionar un hecho por sobre otro y transformarlo en noticia, cuando se selecciona una determinada escritura, oralidad o se implementa el recorte de una imagen por sobre la otra, se está actuando subjetivamente. De esta manera un hecho aislado se transforma en noticia. También vale destacar que hay una marca distintiva entre los diferentes medios y un pacto implícito entre el emisor y el receptor de la noticia.

Para que la opinión pública se encuentre receptiva a las publicaciones de los periódicos, en este caso *Clarín* y *Página 12*, se deben establecer lazos de confianza, compartir códigos e incluso haber una ideología en común entre el medio y el público. El periódico debe resultar fiable para el receptor; es allí donde el medio construye el contrato de lectura con el público (Verón, 1989). Estas elecciones que realiza el medio a la hora de redactar la noticia servirán para teñir la noticia de la subjetividad y los intereses del medio de comunicación, con el simple hecho de hacer foco en la figura de una persona por sobre otra. Esto puede modificar por completo un hecho.

La temática (formato de la noticia), los tonos (cómo se transmite cada hecho) y el espacio que le da el medio a la noticia (o que no le da) nos servirán aún más para interpretar su punto de vista o entendimiento del hecho.

Esta teoría del contrato de lectura también cuenta con otros tres elementos como evaluaciones y posicionamiento de los objetos y de los sujetos que utilizaremos más adelante para analizar la noticia.

El análisis realizado en el trabajo se divide en dos etapas. La primera estará destinada a analizar la cobertura mediática de ambos diarios durante la primera semana desde que la noticia salió a la luz. La segunda etapa del trabajo realiza un análisis de la cobertura mediática de la noticia de ambos medios pero durante la aparición de los fragmentos del submarino.

Entre la desaparición y el hallazgo de la nave en ultramar pasó un año y dos días exactamente, durante este periodo de tiempo las diferencias ideológicas entre ambos periódicos se acentuaron aún más. No tomamos como objeto de estudio a analizar otras noticias durante el año de desaparición porque nuestro interés metodológico radica en la selección de las noticias descriptas a continuación.

Entre las noticias más destacables entre la desaparición y la aparición de la nave encontramos la causa de “los cuadernos” en donde *Clarín* realizó una investigación periodística en donde denunciaba una asociación ilícita de Cristina Kirchner y algunos ex funcionarios. Para *Página 12* los temas más relevantes giraron en torno a los indicadores económicos del gobierno y eventos de índole social como al proyecto de interrupción voluntaria del embarazo.

Al ser un acontecimiento político que se desarrolla durante varias semanas en el ámbito de la opinión pública, revisaremos la construcción mediática de los diferentes actores políticos, como la familia, políticos, periodistas y personas de gran influencia.

Teniendo en cuenta que, según Stella Maritini en periodismo, noticia y noticiabilidad (2000):

“La sociedad accede a la masa de información que refiere a acontecimientos de la realidad especialmente a través de los medios de comunicación, que seleccionan los acontecimientos noticiables y los hacen noticia, pero también por la experiencia

directa con los acontecimientos que se constituye en lugar de verificación de los mensajes recibidos.

Esto nos invita a pensar a los consumidores como parte de un entramado social en donde los medios de comunicación y los receptores conviven”.

El contacto del ciudadano promedio “con lo que está pasando” tiene vínculo directo principalmente con los medios, pero la experiencia con los hechos también será de suma importancia, ya que de publicar una noticia que no tiene sustento con la realidad la credibilidad del medio caerá, junto con la fidelidad de sus lectores. El caso más evidente de esto es cuando los medios se hacen eco de las *fake news* que aparecen en la web sin chequear adecuadamente la fuente. La construcción de los personajes que participan en la noticia -en este caso los denominaremos “los actores políticos”-, también denotan la intencionalidad de los medios de comunicación a la hora de elaborar la noticia. En ellos principalmente podremos notar cómo se exageran o minimizan diferentes rasgos, cómo los medios le dan mayor o menor relevancia a su figura de acuerdo a sus intereses.

Nuevamente es importante destacar que la aparición de diferentes personajes dentro de una noticia responderá a los criterios de noticiabilidad y al contrato de lectura que tenga el medio con sus receptores. Para algunos medios más populares será mucho más interesante dar a conocer la opinión de una figura del espectáculo sobre determinado tema que, por ejemplo, la de un experto. Esto lo pudimos ver con frecuencia durante la pandemia del covid 19.

Creemos que el principal actor político en la esfera mediática por lo general, además de los partícipes del hecho en sí mismo y personajes reconocidos como políticos, son los medios de comunicación.

Desde los diferentes medios se alimenta gran parte de la visión de la realidad de la opinión pública como ya lo comentamos anteriormente. De estos se alimentarán los movimientos sociales, sindicatos e incluso agrupaciones políticas.

Es fundamental reconocer a los medios como un factor de poder y un actor político activo dentro de los marcos de una sociedad moderna.

Según Raúl Trejo Delarbre (2004), ya no puede pensarse a los medios como aquellos que solo representan la realidad, sino, como bien señala Bernadette Califano, hablar de ellos como actores políticos que la construyen, la moldean, la delimitan (2017).

Capítulo 1

La influencia de los medios

Este trabajo analizará la cobertura mediática de los diarios *Clarín* y *Página 12* sobre el caso.

Para entrar en contexto hay que recordar que *Clarín* fue fundado en 1945 por Roberto Noble y pertenece a uno de los grupos empresarios de medios más grande del país. También contó con una posición política más cercana al oficialismo durante el gobierno del presidente Macri.

Para entender la relevancia de *Clarín* es importante mencionar que es el diario más vendido de Argentina y durante 2018 fue el diario de habla hispana con mayor tirada. La noticia de la desaparición del Ara San Juan aparece por primera vez en su tapa el 18 de noviembre del 2017.

Como ya comentamos, también analizaremos al diario *Página 12*, fundado en 1987 por Jorge Lanata y que pertenece hoy al grupo Octubre. Por su línea editorial, se posicionó como un diario opositor al gobierno de Macri. El diario del grupo Octubre se diferencia de *Clarín* y otros grandes medios por tener una perspectiva más progresista de los hechos, además de apuntar a un público más intelectual.

Los medios de comunicación no son ajenos a los intereses particulares de grandes grupos de poder. A pesar de que los periodistas deben hacer respetar el derecho a la información como principal premisa, el monopolio de las grandes compañías de medios hace que muchas veces la labor periodística esté más orientada a entretener y a generar ingresos que a informar. Esto parece algo lógico teniendo en cuenta que se desarrollan dentro de un mercado capitalista pero es importante destacarlo para no pensar en los medios como un inocente actor pasivo en el día a día de nuestra sociedad.

La influencia de los mecanismos de un campo periodístico cada vez más sometido a las exigencias del mercado (de los lectores y de los anunciantes) ejercen, en primer

lugar sobre los periodistas (y los intelectuales periodistas), y luego. y en parte a través de ellos, los diferentes campos de producción cultural. La coerción del mercado, modifica más o menos profundamente las relaciones de fuerza dentro de los diferentes campos, afecta a lo que se hace y a lo que se produce en ellos (Stella Maritini, 2000).

Esta reflexión no es casual, ni atemporal a pesar de tener ya más de dos décadas. A lo largo de los años las exigencias de inmediatez por parte de los consumidores y en consecuencia de los anunciantes han condicionado aún más a la labor periodística.

El proceso de investigación y análisis de los medios de comunicación data de hace varias décadas pero desde sus comienzos se los consideró como un actor político, incluso podríamos remontarnos a siglos anteriores. Por este motivo, varias teorías bastante antiguas cuentan con cierto grado de vigencia para analizar los medios de comunicación actuales.

El estudio de los medios cobró gran relevancia durante las décadas de 1920 y 1930 en Estados Unidos. En ese entonces comenzó a crecer la Mass Communication Research de la mano de Carl Hovland, Harold Laswell, Kurt Lewin y Paul Lazarsfeld. Años después Laswell propuso la teoría de la Aguja Hipodérmica, que señalaba que los mensajes de los medios de comunicación se introducirán directamente en la piel o mejor dicho en la mente de la audiencia, influyendo de manera directa en su accionar. Esta teoría entiende principalmente al receptor como pasivo y gira en torno a los medios, deja de lado la capacidad de interpretar y reproducir los mensajes por parte del público.

El apogeo de esta teoría se da durante el periodo post Segunda Guerra Mundial. Laswell toma como principal referencia de esta teoría a la maquinaria de propaganda nazi. En ese momento histórico no existía la diversidad de plataformas y medios que hay actualmente. La información era por lo general manejada por el Estado en los sistemas de gobiernos totalitarios y era una

novedad para la mayor parte de la sociedad que con los años se acostumbraron a convivir con ellos.

En estos años, la introducción de las técnicas de propaganda política en la Primera Guerra Mundial, así como en la emergencia del nuevo régimen soviético, parecían respaldar la omnipotencia del poder de los nuevos medios de comunicación de masas. De acuerdo con las teorías presentes en las ciencias sociales del momento, se pensaba en las audiencias como un elemento pasivo (Álvarez-Gálvez, 2012).

En los comienzos del siglo pasado se entendía al receptor como un sujeto pasivo, incapaz de reformular el mensaje enviado por el medio de comunicación.

Hay que tener en cuenta que estas teorías se dan en el momento de la aparición del primer gran medio masivo como la radio, en un contexto en donde la información no abundaba.

Teorías como la de la aguja hipodérmica se originan en un momento en donde la relación entre los públicos y los medios estaba condicionada por los fervientes nacionalismos que tendían censurar a voces opositoras y a manipular a la población con mensajes sumamente violentos con mayor facilidad de lo que podrían hacerlo hoy. Varios años después comenzó a cobrar mayor importancia el estudio de los receptores. Los pioneros fueron la fundación Payne.

Continuando con el análisis de los medios de comunicación surgió la teoría de la Agenda Setting, cuyo principal objetivo era entender la influencia de los medios de comunicación sobre las masas. Esta teoría sostiene que los medios de comunicación manejan la información como si fuera una agenda: desde sus prioridades le dan mayor importancia a un acontecimiento que a otro.

En agenda setting, la complejización conceptual y sobre todo metodológica se produce en el estudio de la agenda de diferentes actores sociales. Entre las agendas estudiadas en las investigaciones pueden mencionarse tres: la agenda de los medios, la agenda pública, y la agenda de los políticos (Petroni, 2009).

Estas agendas se van posicionando en diferente orden de relevancia según las circunstancias económicas, sociales y políticas de cada país.

Reconocemos a la agenda pública en los medios cuando los principales temas de debate están relacionados con el interés de la audiencia y son propuestos por ella. Es cuando los receptores imponen el tema del que quieren ser informados o del que quiere hablar mayoritariamente la sociedad. Un ejemplo de esto son los casos de inseguridad o algún debate en particular en el Congreso donde vemos grandes manifestaciones. Muchas veces la agenda pública es llevada a los medios mediante movilizaciones, protestas etc.

La agenda de los medios es por lo general lo que vemos con mayor frecuencia en los periódicos. Es cuando los medios deciden de qué van a informar de acuerdo a sus propios criterios o intereses. Por ejemplo, cuando le dan mayor centralidad a una sección por sobre otras de acuerdo al día de la semana.

La agenda política puede ser definida como la lista de asuntos que los políticos consideran importantes. Gran parte de los trabajos sobre agenda setting estudian la relación de los medios con la audiencia, sólo algunos incorporan la agenda política, y estudian su relación con la agenda pública y/o la agenda de los medios. En general, existe acuerdo acerca de cómo medir ambas agendas pero no acerca de cómo medir la agenda política (Petroni, 2009).

Estas teorías denominadas conductistas que pensaban al público como reproductores de la información establecida por los medios perdieron relevancia dentro del mundo académico. Aún hoy se reconoce su notable contribución en el campo de la comunicación pero se entiende al sujeto productor de contenido y atravesado por la cultura. De todos modos, aunque nos alejemos de las teorías manipulatorias, no creemos que los sujetos sean por completo autónomos ya que no son ajenos a la influencia de su entorno.

Los medios conllevan un “rol específico de intermediarios simbólicos colectivos”, en el sentido de que proveen marcos cognitivos que intervienen en la percepción del público sobre los sucesos de su entorno. Lo anterior no implica que sean los únicos agentes de socialización, sino que desempeñan un papel significativo en el “modelado de los saberes” de las audiencias (Califano, 2017).

Si bien sabemos que los medios no son los únicos productores de sentido, queremos continuar el análisis desde la perspectiva de Califano. Es vital que no haya un sistema de medios centralizado sin disparidad de voces ya que gran parte de la percepción de la realidad por parte del público es dada por los diferentes medios. La hegemonía de un solo medio podría distorsionar la visión de la realidad de gran parte de la sociedad; esto podría incluso llegar a verse como una amenaza para la gobernabilidad de un país. Por todo esto, muchos gobiernos a lo largo de la historia intentaron controlar y regular a los diferentes medios de comunicación.

El grado de autonomía de un medio de comunicación se mide sin duda, por la parte de sus ingresos que proviene de la publicidad o de la ayuda del estado, así como por el grado de concentración de los anunciantes. Por lo que al grado de autonomía del periodista particular se refiere, depende, en primer lugar, del grado de concentración de la prensa (Stella Maritini, 2000).

Sin duda la concentración de poder, tanto de organismos estatales como privados, puede tener como resultado unos medios de comunicación serviles, nocivos para la labor periodística, dañando la calidad de la información y, en consecuencia, el derecho a la información de los ciudadanos.

Más allá de su lugar como intermediarios entre los hechos y las audiencias, los medios de comunicación son actores políticos con intereses particulares que se mueven en un campo atravesado por relaciones de poder. Entendemos que poseen un papel activo no sólo en la formación de la opinión pública, sino también en el desarrollo del proceso político (Califano 2017).

Es considerada tan grande la influencia de los medios de comunicación que desde el siglo XVIII en Gran Bretaña se lo consideró como cuarto poder, dejando los otros tres lugares para los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

En Argentina el Estado trató de establecer en varias oportunidades una regulación de los medios de comunicación.

“Durante el primer gobierno de Carlos Menem (1989-1995), el incipiente grupo logró, a partir de la sanción de la Ley de reforma del Estado (Ley 23.696/89), la modificación del artículo 45 de la Ley de Radiodifusión. Abierta la posibilidad para que los dueños de medios gráficos pudieran brindar servicios de radiodifusión, el 21 de septiembre de 1989 el presidente Menem firmó el Decreto N.º 830/89.)” (Zunino, 2013).

La primera ley que se dispone a modificar el terreno de los medios en el siglo XXI fue durante el primer gobierno de Cristina Kirchner en 2009.

Durante gran parte del gobierno de Nestor Kirchner la relación entre el grupo Clarín (el principal grupo de medios del país) y el gobierno fue buena pero comenzó a cambiar en el gobierno de Cristina. El conflicto agropecuario por la ley 125 en 2008 marcó un antes y un después en la relación entre este medio y el kirchnerismo. Esto es así a tal punto que un año después de la disputa con el campo se avanzó con la denominada “Ley de Medios”.

La ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada en 2009 reemplazó el decreto de ley 22.285 de la última dictadura. La denominada ley de medios (que tuvo su origen en los 21 puntos propuestos por la Coalición para una Radiodifusión Democrática, conformada en 2004 por representantes de sindicatos de prensa, universidades, organizaciones sociales, radios comunitarias, pequeñas radios comerciales y organismos de derechos humanos) promueve la desmonopolización del sistema y el fomento de la competencia, con el objetivo de democratizar y universalizar el acceso, entendiendo la comunicación como un derecho humano básico y no como un bien económico sujeto a las reglas del mercado.

La norma, como se sabe, continúa siendo mitigada por el Grupo Clarín, el mayor de Argentina, que se niega a desinvertir para adecuarse a la ley (Sosa Plata, 2016)

Esta ley provocó que las tensiones entre los medios y el gobierno de Cristina Kirchner crecieran: fue ampliamente criticada y nunca pudo aplicarse al pie de la letra.

Durante el gobierno del ingeniero Mauricio Macri el panorama vuelve a cambiar de manera inmediata. A pocos días de asumir la presidencia en 2015, Macri modifica por decreto la ley dictada por Cristina Kirchner.

Al día siguiente de asumir, el primer mandatario comenzó a dictar una serie de decretos que alteraron las regulaciones vigentes en materia de comunicación. En particular, se modificaron las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 (LSCA en adelante) y Argentina Digital N° 27.078, dos normas que habían sido debatidas y aprobadas por el Congreso de la Nación en los años 2009 y 2014, respectivamente. La primera regulaba sobre la comunicación audiovisual (radio y televisión sobre cualquier soporte), mientras que la segunda establecía provisiones sobre el sector de las telecomunicaciones, las tecnologías de información y comunicación (TIC) y sus recursos asociados. Los fundamentos centrales para

Figura 1: Distribución de los medios de comunicación en Argentina.

Recuperado de: [Propietarios | Media Ownership Monitor \(mom-rsf.org\)](http://Propietarios | Media Ownership Monitor (mom-rsf.org))

Como podemos observar en el gráfico, el grupo *Clarín* es el más importante de Argentina, propietario de medios, empresas de telefonía, servicios prestadores de internet y cable. Teniendo en cuenta que estos medios llegan al hogar de millones de personas, es difícil creer que no tiene cierta influencia en los gobiernos de turno, tanto Clarín como el resto de los medios.

Lejos de estimular la competencia, las medidas del gobierno de Cambiemos allanaron el camino para que los grandes medios de comunicación pudieran seguir expandiendo y diversificando sus negocios, favoreciendo de esta manera a los grandes multimedios en detrimento de los más pequeños.

En el siguiente gráfico podemos ver cuáles fueron los principales medios y empresas de comunicación que se beneficiaron de estas medidas que tomó el gobierno de Cambiemos.



Figura 2: Expansión de las telecomunicaciones durante el gobierno de Macri.

Recuperado de: Más dueños que nunca - Revista Anfibia

Estos hechos nos sirven para reafirmar que debemos entender a los medios de comunicación como actores políticos que pueden intervenir de manera directa en la agenda política de nuestro país, ya que desde su influencia pueden interferir en las decisiones del estado y desde allí expandir sus negocios.

Como comentamos al comienzo de este trabajo los medios no responden únicamente al interés por defender el derecho a la información y tampoco a intereses únicamente económicos. En países como Argentina, los *mass media* funcionan como un conglomerado de medios gráficos, digitales, radiofónicos y televisivos que tienen la intencionalidad de concentrar poder para luego proyectar la expansión de sus negocios. Allí es donde muchas veces aparece el Estado como mediador entre las necesidades del mercado y la de los públicos. Actualmente el gobierno de Alberto Fernández convive con los grandes grupos de medios que hay en Argentina. Se apoya en la ley de competencia establecida en 1980, que solamente realiza sanciones en caso de que se realicen prácticas que interfieran con el funcionamiento competitivo del mercado, por lo que el panorama actual no es muy diferente al del gobierno de Macri en cuanto a políticas de Estado que regulen a los medios.

Apartado metodológico

Este trabajo se desarrolló con un criterio de elaboración cualitativo. La primera parte de la elaboración consistió en la selección de dos periódicos antagónicos como *Página 12* y *Clarín* ya que nos permite realizar una mirada de punta a punta del hecho intentando. La acotada selección de periódicos profundiza el análisis de una manera concreta y nos permite dar una mirada propia sobre el hecho.

Una vez realizado el recorte de los periódicos que íbamos a utilizar se debía pasar a la justificación teórica del trabajo. Allí es donde debíamos apoyarnos para plantear el marco teórico y así poder respaldarlo. Como puntapié y soporte para gran parte del trabajo, abordamos la teoría de la Agenda Setting.

En base a esta teoría podremos enumerar y mostrar cómo *Clarín* y *Página 12* seleccionan un hecho por encima de otro para luego transformarlo en noticia. Con este criterio intentamos denotar la subjetividad de ambos periódicos como así también exponer ciertos intereses poco perceptibles para el lector habitual de ambos.

La teoría de la agenda setting también nos daría una herramienta muy importante: poder detectar cómo los periódicos generan diferentes escalas de importancia a cada noticia. Esto lo analizaremos más adelante de acuerdo a la estructura del periódico y se podrá ver cómo utilizando como principal herramienta las fotografías, las tipografías acompañados de la redacción le dan forma a la noticia.

Comparativa entre ambos periódicos

La primera noticia del diario *Página 12* referida al tema fue la edición del 18 de noviembre de 2017, cuando aparece la primera mención del diario sobre el tema y en contraparte la misma edición del diario pero del día 28 de diciembre del mismo mes y año. Esta equiparación de ambas tapas nos muestra el contraste

entre la importancia que le daba *Página 12* antes de que el hecho tomara un trasfondo político y el después. Utilizamos estas tapas para argumentar la primera parte del trabajo en donde mencionamos que los medios de comunicación son actores políticos con interés que trascienden a lo estrictamente profesional y periodístico.

El desarrollo del trabajo continúa con dos tapas de *Página 12* en la semana previa a la desaparición del submarino. Con esta selección buscamos poner en contexto al lector, conocer la postura y la ideología del medio en los días previos a la noticia excluyente del trabajo. Lo mismo hacemos con la exposición de dos tapas del diario *Clarín*, a través de las cuales explicaremos su línea editorial, el formato de periódico y el nivel de importancia que se da a las noticias de acuerdo a la temática.

A continuación analizaremos la noticia sobre la desaparición del submarino de ambos diarios pero con su posición y nivel de interés sobre el mismo tema en base a lo analizado anteriormente. Además realizaremos un análisis comparativo de la noticia en ambos periódicos en los mismos días, exponiendo el nivel de relevancia y la perspectiva de ambos diarios.

En la parte final del trabajo elegimos la misma noticia en ambos periódicos, con una comparación de cómo ambos medios buscan direccionar la noticia de acuerdo a su posicionamiento político exponiendo también cuál era su postura inicial sobre el tema.

Capítulo 2

Cómo se informan los públicos

Bajo la recopilación de los hechos, la selección de algunos acontecimientos por encima de otros y el descarte de los considerados menos importantes, se genera la construcción mediática de una noticia. Los medios de comunicación, en este caso los diarios en sus versiones virtuales y físicas, son los encargados de darle forma a la noticia que posteriormente será recibida por la audiencia.

Aún hoy, gran parte de los argentinos mayores de edad se informan con los medios tradicionales, en sus versiones de portales y tiradas en papel. Por eso es fundamental entender cómo se informan los públicos si se quiere realizar un análisis exhaustivo del tratamiento mediático de un determinado tema por parte de los medios.

Canales de Comunicación preferido

Principalmente, ¿a través de qué canal de comunicación te informás?

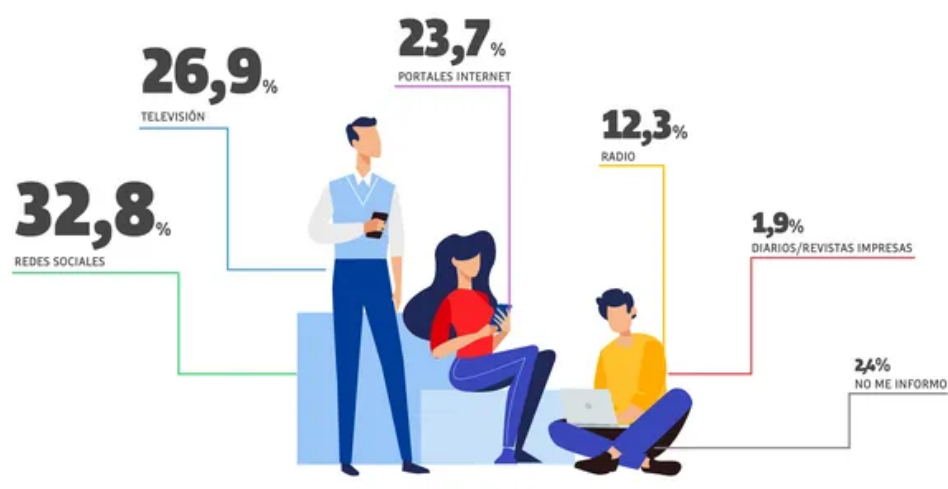


Figura 3: Cómo se informan los argentinos.

Recuperado de:

<https://www.ambito.com/sociedad/medios-comunicacion/cambio-habitos-como-se-informan-los-argentinos-n5260574>

Taquion (2021; Pág 12)

En este gráfico podemos observar cómo el diario en papel está perdiendo lugar con los portales, la televisión sigue ocupando el podio como uno de los métodos más utilizados para informarse de los argentinos y en primer lugar se encuentran las redes sociales que se alimentan muchas veces de todos los demás medios de comunicación.

Si bien pueden haber diferentes plataformas, los medios más grandes siguen acaparando la atención de la mayoría de los públicos. El grupo Clarín y el grupo Índalo, por ejemplo, son dueños de canales de televisión, radios, portales de internet y también tienen cuentas en las diferentes redes sociales con un gran número de seguidores que se hacen eco de sus publicaciones.

Esto nos hace pensar que, si bien la forma en que los públicos muchas veces se informan es diferente a otra época, se siguen manteniendo las mismas fuentes, los grandes conglomerados de medios. Seguramente la principal diferencia que

brindan las nuevas plataformas es la posibilidad que le da a muchos usuarios de ser también productores de contenido.

Por todo esto, creemos que analizar los titulares de los grandes medios nos permitirá entender en gran medida los temas de agenda de este determinado momento histórico.

Eliseo Verón (1971) llama semantización al proceso por el cual un hecho cualquiera ocurrido en la realidad social es incorporado, bajo la forma de significaciones, a los contenidos de un medio de comunicación de masas. “Toda semantización resulta de dos operaciones fundamentales realizadas por el emisor del mensaje: selección, dentro de un repertorio de unidades disponibles, y combinación de las unidades seleccionadas para formar el mensaje” (Verón, 1971; pág 8).

Mediante la selección de las diferentes noticias podremos ir viendo cómo un medio le da mayor o menor importancia a la desaparición de la nave. Las herramientas que usaremos para medir el grado de relevancia que se le da al hecho serán la ubicación de la noticia, la tipografía y la imagen, además de analizar el texto con sus respectivas partes.

En los titulares de la prensa gráfica podemos notar que las principales herramientas de semantización serán la tipografía y la imagen de portada. Esto se debe a que el periódico tradicional no tiene un repertorio audiovisual y tanto la tipografía como la fotografía servirán para el desarrollo del mensaje.

Por lo general se busca que la imagen que acompaña el texto concuerde con la noticia que se intenta dar, esto es fundamental ya que le da coherencia al texto. Además los lectores del diario en formato tabloide como puede ser Clarín intentan mantenerse informados en poco tiempo mientras realizan otras tareas, la tipografía de mayor tamaño y las imágenes explícitas facilitan la comprensión del diario en poco tiempo.

Con las imágenes podremos notar con mayor facilidad cómo el medio recurre a lugares comunes para llegar al público, cómo intenta hablarle en su mismo

idioma al lector, busca presentar la noticia con una temática familiar para el receptor. Estas significaciones servirán para que el lector tenga una mayor comprensión y que también se genere una cierta afinidad. La interpretación que busca generar el medio de un hecho está vinculada directamente con su punto de vista y sus intereses sobre un determinado tema.

Muchas veces el posicionamiento que tiene un medio respecto de una noticia va cambiando durante el transcurso del tiempo. Haciendo un análisis desde el primer momento de la noticia podremos observar cómo de acuerdo a los diferentes intereses políticos va cambiando su perspectiva sobre el tema.

Esto lo podemos observar con el posicionamiento de *Página 12* respecto a la noticia de la desaparición del submarino, como ya veremos más adelante en un primer momento la noticia aparece relegada para tiempo después de la aparición de la nave transformarse en un tema central para el diario. Esto lo podremos ver en las siguientes portadas en donde se ve como el interés del diario sobre el tema aumentó a medida que el hecho puede comprometer al oficialismo.



Figura 4: Tapa diario Página 12, sábado 18 de noviembre, del 2017.



Figura 5: Tapa diario Página 12, jueves 28 de diciembre, del 2017.

También realizando una comparativa entre los diferentes medios podremos enriquecer nuestro análisis, veremos qué datos cobran mayor importancia de acuerdo al interés de la editorial y qué herramientas se utilizan para convalidar un titular.

El periódico no se adapta al acontecimiento, es el acontecimiento el que es llevado a adaptarse al periódico. Un estudio de la enunciación nos lleva a evaluar el grado de adecuación de un acontecimiento al comportamiento habitual de un periódico y no a la inversa (Hausser, 1973, como se citó en Alsina, 1993)

La enunciación que podemos encontrar en los diferentes titulares tampoco es aleatoria: forma una parte importante en la construcción de la noticia y un elemento fundamental a la hora de conformar el contrato de lectura. Para el medio de comunicación, tal vez sea uno de los elementos más importantes a la hora de construir una noticia.

Según Stella Maritini en Periodismo, noticia y noticiabilidad (2000):

“El contrato de lectura en la prensa gráfica () incluye desde el nombre, el formato, y la tipografía, la presentación en la tapa, la diagramación y la ilustración; el nivel de

lengua, el recurso a la deixis, las metáforas y las comparaciones, los destacados y los sistemas clasificatorios de las noticias en agendas temáticas diferentes”.

Por otra parte, como ya comentamos, cada medio tiene una línea editorial distintiva. Esta línea editorial tiene su propia ideología, aunque no sea de manera explícita. Esto nos lleva a pensar que un acontecimiento sea la desaparición de un submarino o un choque de trenes responderá a los intereses del medio, no a la urgencia del acontecimiento.

Agenda Setting

La realidad está compuesta por una infinidad de acontecimientos pero unos pocos se transforman en noticia y posteriormente forman parte de la agenda de los medios de comunicación.

Según Stella Martini (2000), un medio produce las noticias que construyen una parte de la realidad social y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa.

Según las repercusiones que puede tener un hecho sobre la sociedad, los valores-noticia más importantes son: novedad, originalidad, evolución futura de los acontecimientos en términos de que la audiencia genera expectativas sobre el

desarrollo de los hechos narrados, importancia y gravedad, proximidad geográfica, magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados, jerarquía de los personajes implicados e inclusión de desplazamientos, es decir, movimientos o agrupaciones significativas o cambios de lugar o de posición (Gomis, 1991).

La teoría de agenda setting estudia cómo los medios de comunicación influyen en los receptores destacando los temas más relevantes. Esta teoría se encarga de instalar los temas de los que se va hablar pero no influirá de manera directa en los receptores como se creía en un primer momento. La audiencia reformula el mensaje enviado por el medio de comunicación.

Hoy las noticias publicadas por los portales y diarios tradicionales conviven con diferentes redes sociales, que a su vez reformulan el mensaje de origen y muchas veces se retroalimentan de los grandes medios de comunicación. Esto también sucede a la inversa.

Con la aparición de las redes llegaron muchas nuevas noticias que posteriormente serían replicadas por los diarios en sus portales y en su formato físico tradicional.

Algunos de los hechos más destacados que se originan en las redes sociales y tienen su réplica en los medios clásicos son: movilizaciones autoconvocadas, los memes y sus reproducciones en redes sociales en prensa escrita.

La agenda de *Página 12* los días previos a la desaparición del submarino

Para comenzar a analizar el evento, haremos una cronología de algunas de las publicaciones de ambos diarios durante esa semana. Con esta información podremos comprender mejor la línea editorial de cada diario y con qué tono

ambos medios hablan de la figura presidencial, sus políticas y nos imaginamos cómo pueden tomar partido de la noticia de la desaparición del submarino.

Para ese entonces la agenda del oficialismo giraba en torno a cómo bajar el déficit fiscal del Estado. Las principales medidas a desarrollar en el corto plazo eran la reforma previsional que buscaba cambiar el sistema jubilatorio, el cambio en las tarifas de servicios de energía y cómo modificar los salarios de los empleados públicos.

Algunos de los temas comentados anteriormente los podemos visualizar dentro de la tapa del diario *Página 12* correspondiente al 13 de noviembre de 2017. En ella podemos observar que la noticia principal son los aumentos de los servicios de energía. Podremos ver cómo desde el titular principal y su fotografía se construye el resto de la tapa. Las otras noticias giran en torno a una temática similar: las críticas al gobierno de Macri.

La tapa del diario *Página 12* en esta edición tiene un formato envolvente. Esto es así porque comienza con una noticia que ridiculiza al entonces Presidente, transita por algunas notas de interés general como el fútbol para concluir siempre en una mirada crítica al oficialismo. Nos propone una hoja de ruta a partir de su fotografía principal.

Esta edición de *Página 12* también da una perspectiva particular de los hechos, apoyada en las noticias que parecen tener menor importancia en la tapa a simple vista pero son muy importantes a la hora de marcar una diferencia con otros periódicos.

Las noticias de segundo orden en esta edición las podemos ver en la periferia del titular principal y su fotografía. Nos sirven de herramienta para comprender cuál es la línea editorial del diario. En ellos podemos ver ciertas particularidades que diferencian a *Página 12* de otros periódicos. Estos rasgos van más allá de su inclinación política.

En la figura principal, vemos cómo desde un primer momento se criticó a Macri con una caricatura pero después el periódico continúa con un par de noticias de deportes -si lo leemos de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo-. Esto no es

casual ya que los lectores no solamente buscan informarse con un periódico que es afín a sus ideas, sino que también esperan entretenerse y estas noticias de deportes que no parecen tan importantes cumplen perfectamente con esa función. También sirven para consolidar el contrato de lectura que hay entre ambas partes ya que mantienen durante más tiempo al lector fiel con el periódico.

Según Verón (1989) el contrato de lectura entre emisor y receptor cuenta con un componente denominado "elecciones", donde el medio realiza justamente, determinadas elecciones léxicas, de registro y variedad de lengua, de tipo y género discursivo, temáticas (selección y distribución de la información), retóricas, de tono y estilo, de recursos técnicos (imagen, diseño, sonido, etc.) etc. Todo lo cual da lugar, en muchos casos, a complejas negociaciones.

Algunas noticias que también podremos ver en la periferia de esta edición son las de crímenes por violencia de género y la reivindicación de los derechos laborales de las mujeres. Estos titulares, que si bien no tendrán el protagonismo que tienen las noticias vinculadas a la política, nos permiten ver para qué tipo de lector está pensado el diario, cuáles son los ideales que defiende además de mostrar la línea editorial de *Página12*; en este caso y en sus próximas ediciones podremos observar que no pretende mostrarse objetivo o imparcial en temas de género, también cómo se prioriza la agenda política por sobre otros tipos de noticias de interés más general.

Tapa del diario *Página 12* del lunes 13 de noviembre de 2017



Página 12

BUENOS AIRES LUNES 13 DE NOVIEMBRE DE 2017 AÑO 71 N° 6480. PRECIO DE ESTE LAMPARON: \$25. RESERVA CERO METROS DE ANCHURA 340

CRIMEN

La revista *Índice* expone todos los detalles de la semana con el artículo titulado "¿Qué sigue?" después de la destitución del PT, que aboca al desmoronamiento de un régimen. Los medios corporativos actúan como una herramienta de la derecha en todo el mundo y, a su vez, cubren todas las encuestas. "Este episodio demuestra hasta qué punto la derecha y la información distorsionada a la luz de la presidencia por el voto del pueblo", concluye la revista *Índice*.

"La procuradora no se ha beneficiado ni en un centavo" subraya León Astiandien.

Una causa para meter presión

6 Chocolate por la noticia, por Eduardo Aliverti

Abren espacios laborales para mujeres en situaciones de violencia

Género, empresas y empleo

32 El desequilibrio jurídico y la esperanza, por Memo Giardinelli

Pasadas las elecciones, esta semana se realizarán las audiencias públicas para los nuevos aumentos de gas y luz. El Gobierno las convocó obligado por el fallo de la Corte, pero lo hizo en sigilo para que no generen polémica. Desde que llegó Macri el gas subió un 600% y la luz hasta un 1700%.

TEMPORADA DE TARIFAZOS

Por Martín Granovsky



Figura 7: Tapa diario Página 12, lunes 13 de noviembre.

Para *Página 12*, el tema central en aquel momento era el aumento de tarifas. Eso lo podemos observar en el centro de la tapa. Como titular encontramos un juego de palabras que ironiza con las medidas del gobierno: “Temporada de tarifazos”, como si de una serie se tratara. El término “tarifazo” es utilizado para hablar despectivamente del aumento de un servicio; su selección por sobre otras palabras no es casual.

En la bajada, el periódico hace énfasis en que el gobierno de manera “sigilosa” planifica las audiencias para los aumentos de gas y de luz. Nuevamente se toma un término despectivo para describir las acciones del gobierno; según *Página 12* este se comporta “sigilosamente”, como si se tratara de un depredador que espera por su presa. Esto es importante ya que en ningún momento se hace mención a la palabra *ajustación de precios* o los beneficios que podrían llegar a tener los consumidores de estos cambios. Por último también se puede observar una recopilación cuantitativa de los aumentos gas y de luz “desde que llegó Macri”, algo que no es casual ya que nos permite ver con claridad quién es el culpable para *Página 12* de los aumentos de energía.

Para acompañar el titular se muestra en primer plano la fotografía de una manifestación con personas que llevan de manera explícita la bandera del reclamo “Basta de tarifazos”.

La fotografía parece hacer alusión a la obra de Antonio Berni “Manifestación”, una de las pinturas más famosas del siglo XX en el Río de la Plata.

Con este titular para *Página 12* la figura de Macri es antipática, provoca los aumentos sigilosamente. Como contrapartida los principales damnificados por sus medidas son las personas de clases media y baja.

Como parte de las noticias destacadas en la parte superior derecha se hace mención al apuro de Macri por llegar a un consenso fiscal con los gobernadores. Otra vez se reitera el tema de los ajustes fiscales del gobierno y se tiñe a estas acciones de cierta sospecha o mala intención cuando se hace mención al “apuro”. El periódico abre su edición con una crítica a las medidas energéticas de Macri con su noticia principal, en su parte superior dos de las tres notas también son críticas al entonces oficialismo. En el centro de ellas encontramos una noticia de interés general que de alguna manera amortigua la seguidilla de críticas.

En la columna ubicada a la izquierda de la noticia principal aparece un hecho policial que tiene la función de informar sobre un tema de interés general. También dentro de las noticias destacadas hay una nota al abogado de un funcionario público acusado de corrupción durante el gobierno de Cristina Fernández.

El diario continúa con un artículo de opinión que realiza críticas a la gestión de Macri y una noticia referida a políticas de género. Finalmente cierra su tapa con otra nota de opinión que critica al oficialismo.

El principal tema de agenda para *Página 12* es la mala gestión del gobierno de Macri, quien es presentado como un villano. Llegamos a esta conclusión ya que podemos ver que las críticas a su gestión se encuentran casi en la totalidad de la portada. El diario no deja de darle lugar a temas de interés general pero lo hace en menor medida. Además se le da visibilidad a noticias con perspectivas de género, algo llamativo para la época. Por último también encontramos en esta

edición una nota con exfuncionarios del gobierno kirchnerista seguidos de cerca por la Justicia, algo que no veremos en *Clarín*.

Si bien en esta tapa se le da espacio a temas de interés general, el gran protagonista es el oficialismo y la figura presidencial, ya que seis de los nueve títulos son de contenido político con una mirada crítica hacia el gobierno macrista.

Tapa del diario *Página 12* del martes 14 de noviembre de 2017



Figura 8: Tapa diario *Página 12*, lunes 13 de noviembre.

El título de la noticia principal es “El lobby feroz”, con Macri en el centro de la portada. Se utiliza un juego de palabras para hacer alusión al cuento clásico: nuevamente se usa un término despectivo como “lobby” para referirse al expresidente. Al igual que en las anteriores ediciones de *Página 12*, la tapa gira en torno a las críticas al gobierno de Macri. Veremos cómo a lo largo de las etapas

este juicio tanto al gobierno como a la principal figura del gobierno se tornarán cada vez más repetitivas.

En este caso, la bajada editorial apunta al daño a las pequeñas empresas y al beneficio a las grandes compañías. Todo esto es acompañado de una ridiculización de su persona.

En la volanta del diario el título es “Con las empresas grandes y contra las pymes”. En esta oración vemos cómo se busca extender lo expuesto anteriormente, nuevamente se reitera la crítica a Macri. Podemos ver cómo *Página 12* no tiene ningún tipo de pudor en esconder su posición ni opinión al respecto de las políticas del gobierno.

En el copete de la noticia encontramos frases como “Macri en campaña por la concentración económica”, a través de la cual se lo muestra como un militante de los intereses económicos de las grandes corporaciones. A continuación, podremos ver cómo se cita a una “cabeza” de las grandes corporaciones de manera anónima: “¿Por qué las empresas chicas son buenas y las grandes malas?”. Esto posiblemente genere confusión, ya que, si bien el propio Macri jamás hizo esa declaración, la repetición de su nombre en tantas oportunidades le adjudican de cierta manera esta frase si no leemos con atención.

En el apartado de noticias importantes, arriba del tema del día, comienza con una caricatura, la selección de esta imagen es claramente intencionada, ya que si bien se hace uso del humor está en consonancia con el título principal y su copete. En la caricatura podemos ver cómo un hombre delgado y distraído cita a la Iglesia con el siguiente comentario: “El trabajo no es una mercancía”. Este pequeño hombre está enfrentado con un par de un tamaño más significativo vestido de traje y que parece representar a la figura de un burgués, quien le responde : “Eso es lo que siempre dije por eso me niego a pagar por él”. Esta representación de *Página 12* es una muestra de su posición política e ideológica: el diario propone una lucha entre trabajadores y ricos.

A la izquierda del tema del día encontramos una noticia internacional en donde se hace mención al incremento a los crímenes de odio en Estados Unidos;

nuevamente *Página 12* muestra una posición a favor de las minorías, aunque se trate de un evento muy distante geográficamente de su país de origen.

Si continuamos con la lectura de la portada encontramos una noticia de interés general como los deportes, como ya comentamos los periódicos tienen la función no solo de informar, sino que también intentan entretener y esta temática cumple a la perfección la función de entretener al público.

La tercera noticia lleva el siguiente título “Empleados de Air France contra la justicia argentina”; nuevamente el Estado argentino (sin mencionar a sus representantes) es cuestionado por este diario. Esta vez no son los trabajadores contra las grandes empresas sino que la lucha se da entre los trabajadores y el Estado. En la antepenúltima noticia se titula “Que no se vulneren los derechos” y el copete amplía: “Alerta de la cúpula de la iglesia sobre la reforma laboral”.

Página 12 advierte que los intereses de los trabajadores están amenazados. Si revisamos nuevamente la tapa podríamos vincular esta última noticia con la caricatura que se encuentra en la parte superior izquierda del diario, los derechos que pueden ser vulnerados tienen un culpable y es la figura del hombre de traje que representa al burgués; todo esto se encuentra de manera implícita pero aquí podemos ver como se busca inferir en el receptor.

Finalmente el diario cierra la tapa de esta jornada con una nota crítica al gobierno.

Tapa del diario *Página 12* del sábado 18 de noviembre de 2017



Figura 9: Tapa diario Página 12, sábado 18 de noviembre, del 2017.

En esta portada al igual que en las ediciones anteriores podremos ver cómo continúa la reiterada crítica al gobierno de Cambiemos, principalmente a la figura del expresidente. El diario continúa dando lugar a voces opositoras y en menor grado de relevancia expone notas de interés general.

La desaparición del submarino Ara San Juan no parece ser un tema central para esta edición del diario: la noticia aparece en la parte inferior derecha del periódico, carece de fotografía y se encuentra muy relegada respecto del resto de las noticias principales de este día.

El titular elegido para abordar la desaparición de la nave es “El misterio del submarino”, y detalla: “Se perdió el contacto con el submarino ARA San Juan, con 44 tripulantes a bordo. Lo buscan por aire y mar cerca de la península Valdés”. A diferencia de *Clarín*, la relevancia que le da *Página 12* al hecho es menor dentro de su portada, se expone menos en lo sucedido, no hace mención a la ayuda internacional pero sí destaca que 44 tripulantes están desaparecidos con la embarcación.

La agenda de Clarín los días previos a la desaparición del submarino

Tapa del diario Clarín del lunes 13 de noviembre de 2017



Figura 10: Tapa diario Clarín, lunes 13 de noviembre del 2017.

La portada de esta edición de *Clarín* es bastante diferente a las analizadas hasta ahora. El formato del diario es uno tabloide más tradicional, con colores más vivos, abundantes fotografías que acompañan a sus respectivas noticias y una mayor diversidad en la temática de las mismas. No encontramos caricaturas, ni primeros planos de personas vinculadas a la política nacional.

También veremos en esta edición, y en las próximas, que, por lo general, la fotografía principal del diario no está vinculada a la política. Esto también habla mucho de la línea editorial del diario, que pareciera estar más enfocada en la producción de un contenido comercial que en mostrar su postura ideológica. Observando rápidamente el diario podríamos también decir que la audiencia de *Clarín* está más interesada en leer casualmente que en realizar un análisis

político profundo de cada noticia. No vemos grandes titulares vinculados a la política en un primer momento. A grandes rasgos la audiencia de Clarín pareciera estar menos “politizada”.

En esta versión impresa encontramos un formato del diario mucho más prolijo, con líneas divisorias entre cada titular, variedad tipográfica y titulares que se asemejan bastante a los gráficos televisivos. Las bajadas de cada una de las noticias son más extensas de lo que nos había acostumbrado *Página 12*, seguramente cumpliendo la necesidad de brindar más información en un menor espacio, respondiendo de esta forma a las exigencias de un público más casual y con menos deseos en adentrarse en la lectura del diario.

En los diarios , las modalidades de decir responden a las diferentes agendas temáticas y clasificatorias, que organizan el significado de la lectura de las noticias. Los lectores, por ejemplo, saben que las noticias largas son más importantes que las cortas. De manera similar, los lectores entienden que hay otros factores que indican la importancia relativa de las noticias: noticias con fotografías versus noticias sin fotografías; amplios titulares versus pequeños titulares, primera plana versus contratapa; la parte superior de la pagina versus la parte inferior (Wanta, pág 144, 1997, citado por Stella martini 2000).

Probablemente, de manera inconsciente y teniendo en cuenta estas “modalidades de decir” que menciona la autora, el lector de *Clarín* puede rápidamente detectar cuál es una de las noticias principales del día al ver arriba de la fotografía central; a la derecha de esta buscará el espacio de los hechos más destacados en el ámbito económico y de esa misma forma con el resto de los temas que habitualmente *Clarín* presenta como prioritarios:

El titular principal del día 13 de noviembre para *Clarín* fue: “Una nueva denuncia por sobrepuestos complica más a Cristóbal López”. Con este titular podemos notar

que no es la primera denuncia que tiene López y se presenta al hecho como un episodio repetido. Recordemos que López fue un empresario vinculado al gobierno de Cristina Fernández.

En la volanta, se le otorga el título a la denuncia que recibió López como el “tema del día”, además se acompaña esta frase con la siguiente oración: “El cerco judicial sobre el empresario k”. Esta breve oración denota varios puntos a la hora de analizar la noticia. Primero se usa la consonante “k” para referirse a Cristina Fernández de Kirchner y se vincula al empresario directamente con el gobierno anterior. Además se presenta el caso como un tema recurrente para los lectores del periódico.

Según Stella Martini (2000), “una noticia es más noticia si se puede seguir construyendo información a partir de ella durante varios días”. Esto es justamente lo que realiza el diario *Clarín* al presentar los casos de corrupción “k” como una temática frecuente de sus portadas.

El copete desarrolla bastante la noticia: “La presentación la hizo la oficina anticorrupción y recayó en el juzgado de Bonadio”. Con esta oración vemos que el responsable de esta acusación es el Estado nacional. Además el periódico legitima la selección del juzgado que va tratar la causa utilizando el término “recayó”, aunque la implementación de esta palabra parezca un simple uso del lenguaje; con esto baja el nivel de especulación que puede llegar a haber sobre la transparencia a la hora de seleccionar el juzgado. Para finalizar el desarrollo de esta noticia, el diario da cifras de los presuntos importes que se habían desviado del Estado nacional y algunos detalles de la situación judicial del acusado. En la parte superior del diario encontramos noticias de la farándula y de interés general.

Como podemos ver *Clarín* no solamente le da espacio al fútbol dentro de su fotografía principal sino que también sigue de cerca los intereses de sus lectores. Esto nos sirve para consolidar aún más la idea de que *Clarín* es un diario enfocado más en la diversidad de temas que en desarrollar contenido político con alta carga ideológica. Con esto no queremos decir que *Clarín* sea un diario

apolítico ni mucho menos, el contenido político también se hace presente pero de una forma menos explícita y combativa que en *Página 12*.

En la parte superior derecha encontramos la primera noticia referida a la economía del país y se titula de la siguiente forma: “Con la polémica por el impuesto a las gaseosas, la reforma tributaria llega en el Congreso”. En este caso se muestra cómo una medida del gobierno que afecta a todas las empresas es opacada por una empresa en particular, (por lo menos desde el punto de vista del periódico) la reforma tributaria en este enunciado pasa a ser un evento de segundo orden frente al conflicto con la empresa coca cola.

La segunda noticia en orden de importancia para el ámbito económico se titula de la siguiente manera: “Pulseada con la cgt”; y continúa con: “Judicialización y blanqueo no serían negociables en la discusión por la reforma laboral”. Al titular “Pulseada con la cgt” pareciera que el mismo periódico en primera persona tuviera un diálogo con el sindicato. Esto muestra de manera implícita y poco visible cómo se posiciona *Clarín* frente al escenario político de la época. En continuidad a esto se expulsa un poco más en el tema para dar lugar a noticias de índole internacional. Finalmente la columna de noticias que se encuentra a la derecha del tema del día finaliza con un editorial del periódico. La tapa analizada finaliza con una noticia de violencia de género.

Podríamos concluir en que a la hora de confeccionar las noticias de menor relevancia en la agenda, tanto *Clarín* como *Página 12* comparten un formato similar, en ambas ediciones vemos cómo se le da importancia a noticias internacionales, femicidios y notas de opinión.

En segundo orden de importancia detrás de las noticias relacionadas con la política, aparece la información vinculada con la economía en ambos diarios. Los periódicos comparten miradas totalmente opuestas, tanto en lo político como en lo económico. En estas portadas vemos como *Clarín* no está tan cerca de lo “popular” por lo menos desde la construcción de la noticia, no se menciona tanto a las minorías y se refiere poco y nada a la gestión del gobierno.

Tapa del diario *Clarín* del martes 14 de noviembre de 2017

Clarín

Martes 14.11.2017
BUENOS AIRES, ARGENTINA - PRECIO: \$3.800

Kun Agüero
El nuevo 9 de Sampaoli
Vuelve a ser titular hoy. La Selección juega a las 13.30 un amistoso contra Nigeria en Rusia. »44

Un acoso en un avión puede causar un conflicto diplomático
La tripulación de Air France denuncia maltratos de la Justicia argentina. »46

Tema del día • Corrupción K

Dramático vuelco en la causa Ciccone: un arrepentido puede complicar más a Boudou

Alejandro Vandembroeck, señalado como testaferro del ex vicepresidente, pidió ingreso al régimen de protección de testigos. A cambio prometió aportar información que apuntaría "hacia arriba" en las responsabilidades de la organización que compró en forma ilegal la imprenta Ciccone. Sin base al valor de esas declaraciones, en fecha secreta, el juez decidirá si lo acepta en el programa. »4

Por Nicolás Wiñazki
Agobiado frente a su hija, Vandembroeck contará "todo".

Coca Cola dio marcha atrás y le dijo a Macri que mantiene sus inversiones
El viernes, la empresa había dicho que cancelaba sus planes de expansión en el país por US\$ 1.000 millones. Era en respuesta a la suba de impuestos a la gaseosa prevista en el nuevo plan fiscal. La verificación llegó ayer por carta desde Estados Unidos al Presidente. »4

El Personal
Procesado por sobrepagos
La Justicia investiga el contrato con una empresa de limpieza cuando era titular de la AFIP. »2

Decomiso Duffin y Boudou después del partido que cederá a Italia.

Italia llora porque no va al Mundial por primera vez en 60 años
El empuje de Cocco Suscia en Milán dejó a la selección azurrada sin la posibilidad de jugar en Rusia. Y a su arquero Gianluigi Buffon, sin la chance de llegar al récord de seis mundiales consecutivos. Junto a varios compañeros, ya anunció su retiro. »4

EL 2017 PUEDE SER RECORD
Pronostican un verano con alta temperatura y menos cortes de luz

En los próximos 3 meses hará más calor de lo normal. Las temperaturas superarán las medias en todo el país y no se esperan muchas lluvias. Son previsiones del Servicio Meteorológico Nacional para noviembre, diciembre y enero. Según los especialistas, 2017 va camino a convertirse en el año más cálido desde que se tiene registro, superando el récord anterior que era del 2012. A pesar de esto pronostican, tanto las empresas eléctricas como el Ministerio de Energía sostienen que habrá menos cortes de luz que el año pasado, aunque piden que se "cuide" el consumo con el auge accendicionalista. »2

Del editor
Ricardo Kirschbaum
¿De quién era De Vido?

REPÚBLICA ARGENTINA, AÑO LXXVII - N.º 52.849 - REGISTRO CIVIL AL INTERIOR 8.430 - REGISTRO IMPRESIÓN DIGITAL 8.430 - URSURAR: SURU 5000 - PRECIO DE LOS OPORTUNISTAS EN EL ÍNDICE DE LA PUNTA 74.

Figura 11: Tapa diario *Clarín*, martes 14 de noviembre, del 2017.

La tapa de esta edición del diario *Clarín* tiene nuevamente como noticia principal los casos de corrupción y se titula de la siguiente manera: “Dramático vuelco en la causa Ciccone: un arrepentido puede complicar más a Boudou”. Nuevamente se da a entender que Boudou tiene problemas judiciales y que este dramático hecho no hace otra cosa más que complicarlo “aún más”. Se expone al hecho como un evento familiar y se construye la noticia dándole prioridad al criterio de evolución futura, como en la noticia principal del día anterior. Además son los “arrepentidos” los que complican aún más a Boudou; se muestra a estos arrepentidos como fuente verídica, como si su arrepentimiento reivindicara su testimonio y lo hiciera más válido.

La volanta del titular es acompañada del rótulo “tema del día” y continúa con “corrupción k”, al igual que en el lunes se presenta a la noticia como un evento reiterado en la agenda del periódico. Además se da por sentado que los “k” son corruptos aunque haya un proceso judicial pendiente.

La bajada del titular principal se extiende en detalles de la causa de corrupción, destaca algunos puntos importantes como el siguiente: “Señalado como testaferro del exvicepresidente, pido ingresar al régimen de protección de testigos”. Se hace énfasis otra vez en casos de corrupción vinculados a la gestión de gobierno anterior y mención a una hipotética protección de testigos.

Continúa: “A cambio prometió aportar información que apuntaba ‘hacia arriba’ en las responsabilidades de la organización que compró de forma ilegal la imprenta Ciccone”. Sin necesidad de expresarlo de forma explícita, *Clarín* está anunciando que los apuntados mencionados más arriba son funcionarios del gobierno anterior.

A continuación de la bajada de la noticia principal del diario, aparece una nota de opinión titulada: “Agobiado frente a su hija Vandebroele contará todo”. El periodista ahora sí, con nombre y apellido, ya que firma la nota, anuncia cómo se desarrollarán los siguientes pasos de la causa. Además relata que por una cuestión casi moral el “arrepentido” se ve obligado a confesar.

Como fotografía central del día encontramos una noticia vinculada al deporte: *Clarín* se ocupa no solo de informar sobre temas económicos o políticos, sino que también busca entretener a su público. Con este formato de periódico más informal y descontracturado, el diario se acerca a personas que no están tan interesadas en leer noticias políticas. Podemos ver cómo el diario va dirigido a un público más popular. Muchas veces estas personas son atraídas por las noticias vinculadas al deporte o temas de actualidad y luego hacen un repaso rápido de los temas del día gracias a estas noticias, que generalmente parecen tener un menor grado de inferencia en el público.

En la parte superior del diario encontramos una noticia vinculada al deporte y además otra de interés general con el siguiente título: “Un acoso en un avión puede causar un conflicto diplomático”.

Esta noticia también es tratada en la edición de *Página 12* del mismo día y es una de las pocas que coinciden en ambos periódicos. Lo llamativo es la diferencia de perspectiva frente a un mismo hecho: para *Clarín* es un acoso en un avión, algo casual e impredecible “que puede causar un conflicto diplomático”, mientras que para *Página 12* “son los empleados de Air France contra el Estado argentino”.

Con esta noticia podemos evidenciar cómo hay dos miradas totalmente diferentes de un mismo hecho y de qué manera ambas partes observan el hecho de acuerdo a sus intereses y posición ideológica.

La hoja de ruta trazada por el diario continúa con una columna que se encuentra a la derecha de la fotografía central. El primer título que podemos ver es: “Coca Cola dio marcha atrás y le dijo a Macri que mantiene sus inversiones”. En este caso los arrepentidos para *Clarín* son Coca Cola y muestra a Macri como vencedor de una disputa con la multinacional que a pesar del incremento de los impuestos decide seguir invirtiendo en el país.

El periódico continúa con su habitual sección “El personaje”, a través de la cual elige destacar a una personalidad de la política. En este caso se menciona otra vez a un exfuncionario de la gestión de gobierno de Cristina Kirchner: Ricardo Echegaray, investigado por casos de corrupción.

Este espacio del diario prosigue con una noticia de interés general que le da aire al periódico, después de varias noticias con un enfoque político. Finalmente se cierra la tapa del periódico con una nota de opinión de Ricardo Kirschbaum, este hace un análisis de uno de los personajes más involucrados en los casos de corrupción del gobierno anterior. El periódico cierra su edición del día de la fecha con una noticia de interés general.

Análisis comparativo de ambos periódicos durante la semana previa a la desaparición del submarino

Después de analizar ambos diarios en varias ocasiones podemos llegar a las siguientes conclusiones: Para *Página 12* el tema principal de su agenda son los aumentos de los servicios públicos y las políticas de ajuste del gobierno de Macri, cuya figura es presentada como la de un villano y sus víctimas son el pueblo trabajador. Para *Página 12*, Macri es un defensor de los intereses de los grandes monopolios o por lo menos así lo hacen ver. El diario intenta instalar una realidad en donde los trabajadores y las empresas están enfrentados.

Los casos de corrupción del gobierno de Cristina Kirchner no son prioridad del diario y son tratados con una perspectiva menos parcial. Se les da espacio a los acusados de corrupción para defenderse de las acusaciones de la justicia, algo que no vemos en *Clarín*.

Según *Página 12* el gobierno de Macri está llevando a cabo políticas de ajuste que perjudican directamente al pueblo trabajador y favorecen a las grandes empresas. Muestra su posición de una manera bastante explícita y combativa.

“Al ordenar los materiales según criterios tipificados, las secciones de los medios arman recorridos de lecturas posibles, y construyen versiones de una clasificación de la realidad, responden a la vigencia de determinadas agendas de problemas y al contrato de lectura que el medio mantiene con su público” (Stella Martini, 2000; 34).

Vemos en estas ediciones de *Página 12* que direcciona sus críticas al oficialismo y deja poco lugar para las secciones de entretenimiento e interés general. Además se propone un periódico con un contenido mucho más específico y menos generalista que *Clarín*. Utiliza frecuentemente el doble sentido y un humor ácido que no vemos en el otro periódico.

Clarín, en cambio, hace una selección de hechos muy diferentes a *Página 12*: los temas de mayor relevancia en ambas portadas son los casos de corrupción de los funcionarios “k”. En repetidas ocasiones se los presenta como personajes comprometidos con la ley y siempre vinculados a la gestión de gobierno anterior. La sección económica tiene menor importancia en *Clarín* que en *Página 12*: los incrementos en los servicios de luz y gas llevadas a cabo por el gobierno de Macri no aparecen en *Clarín* y la baja de los impuestos a las importaciones que son un tema relevante para *Página 12* tampoco está presente. La única mención que se hace de las medidas económicas del gobierno de Macri son las tomadas frente a Coca Cola.

Con los análisis de ambos días, pudimos observar que *Clarín* ubica en un lugar primordial la sección de deportes y de entretenimiento en general. En ambas portadas encontramos que la fotografía principal estaba dedicada al fútbol. También las bajadas de las noticias eran mucho más extensas en *Clarín* que en *Página 12*, lo que nos permite entender que el público del diario de Roberto Noble tal vez esté más interesado en hacer una mirada general de las noticias más importantes sin adentrarse demasiado en un contenido duro y arduo para la lectura.

Para *Página 12* la prioridad pareciera ser la agenda política y la información en materia de economía con el ojo en la política, con una perspectiva fuertemente crítica. No hay grandes fotografías, los deportes y las noticias de espectáculos están en un segundo orden, se juega constantemente con el doble sentido y el humor ácido.

Con estas tapas podemos ver cómo en el mismo momento histórico la visión de estos dos medios sobre la realidad es completamente diferente.

La línea editorial de *Página 12* está más enfocada en criticar las políticas de ajuste de Macri: según su perspectiva de la realidad las medidas del entonces gobierno están perjudicando a los trabajadores y dañando directamente su bolsillo. Es un diario opositor al gobierno de entonces y enfrenta periodísticamente cada una de las decisiones tomadas por Macri.

Clarín, en cambio, es un diario más enfocado en atraer un público más diverso, con un discurso moderno y comercial. Las noticias principales están vinculadas a la política pero también se le da mucha importancia a las secciones de entretenimiento. El centro de la escena está ocupado por los k y los casos de corrupción y se le da un seguimiento a estos hechos de forma similar a la de un policial y de manera reiterada durante varias noticias, como lo hace *Página 12* con las políticas económicas de Macri. *Clarín* tiene la particularidad que incluso le dedica una sección para los casos de corrupción denominada “corrupción k”. Los protagonistas de estas tapas no son los hechos en sí mismo sino las voces de ambos medios; los acontecimientos quedan en segundo plano en estas portadas ya que la enunciación de los medios será la encargada de generar la producción de sentido que busca el medio.

Ahora que hemos analizado a ambos periódicos podremos tener una mirada más clara de su visión de la realidad y cómo fueron sus coberturas ante una noticia tan relevante como la desaparición del submarino Ara San Juan.

Capítulo 3

Cobertura mediática de Clarín sobre la desaparición del Ara San Juan

Tapa del diario *Clarín* del sábado 18 de noviembre de 2017

La primera noticia sobre la aparición del submarino tanto en *Clarín* como en *Página 12* fue el 18 de noviembre de 2017. El primero colocó la novedad en la portada de su edición matutina. Nos propone una lectura similar a la de días anteriores. Esta vez lo llamativo es que la noticia principal refiere a un hecho que no está ligado directamente con la política o los casos de corrupción. Vemos cómo un tema de interés general toma el protagonismo de la tapa del diario.



Figura 12: Tapa diario Clarín, sábado 18 de noviembre, del 2017.

Para *Clarín* la desaparición del submarino resultó un tema central desde un principio, así lo hace saber su portada que titula: “Dramática búsqueda del submarino perdido en el sur con 44 tripulantes”.

A través de esta herramienta, no personaliza sino que nombra a la nave como un “submarino” que hasta ese momento era desconocido para la mayoría de la audiencia. Se presenta al hecho como una novedad para el público que por lo general no está muy interiorizado en los temas militares. También se resalta el término “desesperada búsqueda”, lo que eleva el carácter urgente del hecho.

La volanta de la noticia acompaña al titular con la siguiente frase: “Operativo de emergencia en alta mar”. Se hace nuevamente énfasis en la urgencia del hecho y a la rápida respuesta del Estado a la hora de buscar la nave.

La bajada continúa haciendo mención a la pérdida de contacto entre la base de Mar del Plata y el submarino y agrega detalles de las primeras presunciones de la Armada, que “atribuye a una falla de comunicación y declaró el estado de búsqueda y rescate”. *Clarín*, con una fuente de primera mano, da una estimación de cuáles eran las primeras teorías sobre el tema en ese momento.

La noticia tiene un carácter informativo ya que hace un relato de los hechos en base a fuentes oficiales, en este caso corresponden a la Armada argentina. La bajada se expone sobre la ayuda internacional.

En segundo orden de prioridad, reaparece en la tapa la noticia de la desaparición del submarino. En esta oportunidad se hace referencia a la imagen que ocupa la portada, donde podemos ver la última imagen del submarino, con el título: “La última foto del San Juan en el Canal Beagle”.

En la bajada encontramos algunos detalles de la fabricación del submarino que sirven para poner en contexto la noticia de cara al público. Y se agrega información sobre temas internacionales, farándula y, con bastante énfasis, casos de corrupción. Los aumentos del servicio de electricidad aparecen por primera vez en la portada pero con menor relevancia que el resto de las noticias.

Clarín no sólo le dedicó el titular principal sino que también lo acompañó con la fotografía principal del día al ARA San Juan. Los casos de corrupción del gobierno

anterior y los acontecimientos deportivos quedaron en un segundo orden frente a este hecho, algo que no venía sucediendo.

Ninguna noticia de la sección “sociedad” tuvo tanta relevancia en los días anteriores como el de la desaparición del submarino. Para *Clarín* la desaparición del Ara San Juan fue un tema central en un primer momento, un hecho que rompió su agenda habitual.

Con esta portada podemos observar que *Clarín* se muestra más flexible que *Página 12* a la hora de armar su tapa: la agenda política puede quedar en segundo plano si una noticia de última hora aparece.

Tapa del diario *Clarín* del domingo 19 de noviembre de 2017



Figura 13: Tapa diario *Clarín*, domingo 19 de noviembre, del 2017.

La desaparición del submarino continuó siendo un tema central para el diario *Clarín*, esta vez en la tirada de domingo. El título -“Creen que siete llamadas desde alta mar podrían ser del submarino perdido”-, una vez más demuestra cómo el diario está dispuesto a darle un seguimiento contundente a la noticia,

destacando el hecho como uno de los principales en la actualidad. La volanta prolonga la información dando a entender que ya es un tema conocido para el público: “Continúa la búsqueda del ARA San Juan en el Atlántico Sur”.

En la bajada se amplía la información brindada en el día anterior, detalla específicamente y con un tono dramático cómo el submarino intentó advertir sobre los inconvenientes sufridos a la base naval; luego continúa un breve relato de la opinión que tiene el gobierno sobre estos posibles intentos de contacto y cierra destacando nuevamente la colaboración internacional.

En la periferia de la noticia principal se destaca hechos políticos y económicos nuevamente con una mirada crítica al gobierno de Cristina Fernández, con una fotografía principal de interés general que disminuye la carga política de la portada.

Tapa del diario Clarín del lunes 20 de noviembre de 2017



Figura 14: Tapa diario Clarín, lunes 20 de noviembre, del 2017

En *Clarín* y por tercer día consecutivo, encontramos al ARA San Juan dentro de las noticias principales pero ya como Tema del día.

El título -“Cinco barcos ya buscan bajo el agua al submarino en medio de olas de 6 metros”-, destaca los esfuerzos realizados por la Armada para recuperar la nave. En la bajada de la noticia encontramos cómo se desmienten los posibles intentos de contactos de la nave además de hacer mención a la búsqueda por vía aérea.

Tapa del diario *Página 12* del lunes 20 de noviembre de 2017



Figura 15: Tapa diario *Página 12*, lunes 20 de noviembre, del 2017.

A diferencia de lo que sucedió con *Clarín*, la desaparición del submarino no forma parte de la portada del día domingo. Volvemos a encontrar la noticia recién el día siguiente. La desaparición del submarino no forma parte de las noticias más destacadas para *Página 12*, ya que nuevamente las críticas al gobierno tienen un rol protagónico. El título -“Es búsqueda en un mar de dudas”-, y la bajada destacan que la Armada no pudo confirmar los intentos de contacto mencionan las malas condiciones climáticas mientras se buscaba la nave. El resto de la portada continúa con noticias de interés político y económico en donde se destaca su mirada crítica.

Análisis comparativo de ambos periódicos sobre la desaparición del submarino

Para *Clarín* la desaparición de la nave es una noticia de suma relevancia, ya que ubica a este hecho como una de sus noticias de actualidades . Además se le da continuidad durante varios días con información detallada en su bajada sobre el tema. El diario intenta cubrir la noticia pero con una mirada más optimista haciendo énfasis en los esfuerzos de la Armada por recuperar la nave y en ningún momento da a entender algún tipo de mirada crítica a la fuerza o al gobierno. Por su parte *Página 12* relega el hecho a un segundo orden: vemos cómo la noticia queda apartada detrás de las noticias políticas y no tiene la misma continuidad que le da *Clarín*. También podemos ver que cuando aparece la noticia no se destaca la gestión de la Armada ni la colaboración internacional. Se menciona al hecho describiendo los infortunios de la búsqueda de forma irónica y dando a entender que no se está llevando a cabo de manera exitosa. Con lo comentado anteriormente podemos notar que para *Clarín* la búsqueda del submarino es un hecho a destacar mientras que para *Página 12* su desaparición es un evento desafortunado sin mucho para destacar, los niveles de importancia que tiene la noticia también son muy disímiles.

Capítulo 4

Cobertura mediática de *Clarín* y *Página 12* sobre la aparición del ARA San Juan

Tapa del diario *Clarín* del sábado 17 de noviembre de 2018

Al igual que en el momento de su desaparición, *Clarín* fue el primero de los dos medios en publicar una noticia referida a la aparición del submarino y le dedicó una parte importante de la portada del día a la aparición del ARA San Juan junto con información gráfica que amplía el tema.

Estas fotografías que propone el diario en su portada nos anticipan que se dará abundante información técnica del rescate de la nave y las diferentes colaboraciones internacionales.

La construcción de la noticia estará basada en el hallazgo de la nave y no se dará lugar a las sensaciones de los familiares en un primer plano. Tampoco se hace un análisis de los motivos de su desaparición, ni se menciona a los responsables de realizar el mantenimiento del submarino; tampoco se apelará a un tono emotivo a la hora de contar el hecho ya que la portada tendrá un carácter más informativo que en *Página 12*.



Figura 16: Tapa diario Clarín, sábado 17 de noviembre, del 2018.

Es un título directo y meramente informativo -“Hallaron el ARA San Juan a un año de su hundimiento”-, y describe brevemente lo acontecido hacía pocas horas en alta mar. A simple vista podemos ver que *Clarín* no intenta darle una mirada política al hecho.

La volanta de la noticia acompaña al titular de la siguiente forma: “El gobierno lo informó esta madrugada”. Como podemos ver *Clarín* se apoya en fuentes oficiales para enunciar la noticia: es el gobierno el responsable de informar a la sociedad esta noticia tan importante, sigue con la misma línea que el año pasado en donde se recurrió a fuentes oficiales.

El título es acompañado por una fotografía que ilustra a los lectores cómo fue la búsqueda de la nave, sumado un epígrafe que dice: “Explorador. el buque noruego Seabed Constructor, desde el cual se consiguió esta madrugada hallar los restos del submarino. También, imágenes satelitales de la zona involucrada”. Es decir, se le da relevancia a la ayuda internacional, algo que se viene sosteniendo en *Clarín* desde el primer momento.

La bajada de esta noticia se sale de lo habitual en este diario ya que es mucho más extensa que la media hasta ahora y algunos de los puntos más destacables los podemos encontrar en el siguiente párrafo:

"El ministerio de Defensa confirmó -hoy a la 1.10- que el buque noruego Seabed Constructor, de la empresa estadounidense Ocean Infinity, halló los restos del submarino ARA San Juan, desaparecido el 15 de noviembre del año pasado con sus 44 tripulantes a bordo".

Nuevamente se destaca la colaboración de diferentes países en la búsqueda, queda claro que una empresa privada contratada por el Estado fue la que encontró los restos del submarino. Otra vez se cita de manera directa a fuentes oficiales como el ministerio de Defensa.

La publicación de esta noticia se realiza a muy pocas horas del hecho por lo que el editor del diario -se podría pensar-, modificó la tapa que ya tenía establecida para este día.

A continuación de la bajada encontramos la siguiente cita: "Se terminó una etapa de angustia"., con una cita del ministro de Defensa, Oscar Aguad, una manera que elige *Clarín* para cerrar un tema que mantuvo en vilo a gran parte de la sociedad. A diferencia de otras ediciones a la derecha de la noticia principal no se encuentran las frecuentes noticias económicas e internacionales: podemos ver infografías que primero muestran los rastros borrosos del submarino. Debajo, un pequeño mapa que nos muestra la ubicación geográfica de la nave en el océano Atlántico.

El resto del diario continúa con sus noticias habituales, vinculadas a la política, deportes e internacionales dentro pero esta vez en un segundo plano.

Tapa del diario *Página 12* del domingo 18 de noviembre de 2018

Lo primero que podemos notar es que la cobertura mediática de *Página 12* aparece un día después que en *Clarín*: el sábado 17 no encontramos ninguna nota referida al caso ARA San Juan.

Esto nos adelanta que esta información para *Página 12* no fue motivo de publicación el mismo día que *Clarín* por su enfoque más vinculado a dar una mirada política que a tener la primicia del día o quizás no contaba con esta información.

En esta edición el diario *Página 12* intentó alzar la voz de los familiares de la tripulación y no hay datos concretos sobre la búsqueda y aparición de la nave.



Figura 17: Tapa diario *Página 12*, Domingo 18 de noviembre, del 2018.

La noticia más relevante del día para *Página 12* -la aparición del submarino-, es acompañada por una inmensa fotografía de los familiares de la tripulación, los verdaderos protagonistas para el diario.

La fotografía muestra un primer plano de dos personas abrazándose emocionadas -familiares de los submarinistas-, junto a una mujer con una mirada de enojo y preocupación.

A diferencia de *Clarín*, *Página 12* intentó hacer foco en la otra cara del hecho, el enojo de los familiares de la tripulación y particularmente sus pedidos de justicia para esclarecer el accidente.

También es importante destacar que en el titular más relevante del día no vemos ninguna descripción del hecho en sí mismo, sino una nota de opinión firmada por Martín Granovsky del diario. El titular principal al que hacemos referencia es: "A esos cabrones los queremos presos".

Lo más importante para *Página 12* en este hecho no es informar al público con datos técnicos que se puede encontrar en otro periódico o medio de comunicación, sino que busca dar su punto de vista de los acontecimientos, algo a lo que ya nos tiene acostumbrados: son los familiares de la tripulación víctimas de una negligencia del gobierno nacional, el puntapié inicial a partir del cual se construirá el resto de la noticia.

La bajada de la noticia continúa con el testimonio de uno de los familiares y profundiza aún más la mirada emotiva y menos técnica sobre el hecho. También encontramos el foco de conflicto para el periódico: -"En medio de las sospechas y de fuertes cuestionamientos al gobierno por parte de los familiares de los 44 submarinistas"- y continúa con una cita de uno de los familiares de los submarinistas: "Después del hallazgo faltan la verdad y la justicia".

Los cuestionamientos son por parte de los familiares de la víctima y no son a un sujeto aislado, sino que se refieren al gobierno, que, como ya vimos, tiene como figura central a Mauricio Macri.

Página 12 apela a la emotividad y a la mirada de los familiares para dar una perspectiva crítica del hecho con los reclamos por "la verdad y la justicia", mientras que *Clarín* comenta en su portada que "se terminó la etapa de angustia".

Dos miradas sobre un mismo hecho

En la construcción de la agenda mediática, ambos periódicos usan diferentes criterios de noticiabilidad, un hecho que parece ser rotundamente importante para *Clarín* pero ni siquiera forma parte de la tapa de *Página 12* y así de manera inversa. Esto también se debe a que ambos periódicos responden a diferentes intereses como ya comentamos.

Que ambos periódicos hablen de temas completamente diferentes en su portada del mismo día, no hace más que mostrar la subjetividad con la que se construye la noticia.

En este caso la noticia de la desaparición del submarino ARA San Juan llega a ambos periódicos el mismo día pero con diferente nivel de relevancia y con diferentes enfoques.

Las tapas del día de la aparición de la nave nos muestra cómo de un mismo hecho se pueden construir dos miradas totalmente antagónicas.

Página 12 relata el drama de los familiares durante el periodo de búsqueda de la nave, alza el reclamo de justicia y verdad frente al gobierno y los altos funcionarios de la Armada. Además pone en primer plano una fotografía del abrazo emocionado de dos familiares. Construye un relato emotivo en base al testimonio de las familias y orienta su discurso a una mirada crítica del gobierno.

Clarín se encarga de cubrir el hecho, centra su titular en la aparición del submarino, las herramientas que se usaron en la búsqueda y dónde se encontraba la nave. Busca elaborar una noticia más tradicional con un menor grado de subjetividad aunque no darle lugar a las familias de los submarinistas también habla de la posición del diario respecto al hecho.

Conclusiones

En este trabajo pudimos analizar la cobertura mediática de *Clarín* y *Página 12* la semana previa de la desaparición del submarino ARA San Juan. Comenzamos con el análisis desde aquella semana para adentrarnos en el contexto histórico del suceso y también así comprender la línea editorial de cada uno de los diarios. Utilizamos la teoría de la Agenda Setting como motor para analizar ambos periódicos. Esta teoría nos sirve como herramienta para detectar qué temas iban conformando parte de las tapas, qué titulares iban teniendo mayor prioridad y cómo se buscaba acercar a sus diferentes públicos a los temas de interés de cada medio.

Vimos cómo se construye una noticia y posteriormente una portada, cómo se busca inferir en el público y cómo se orienta cada oración de acuerdo a la posición política del medio de comunicación.

Después del análisis llevado a cabo de ambos medios, pudimos notar que para *Clarín* el tema central durante la semana de desaparición del submarino fueron los casos de corrupción del gobierno anterior, también se le da un alto nivel de prioridad a las noticias vinculadas con los deportes y temas más diversos.

Pudimos encontrar en *Clarín* un diario más enfocado en entretener, con una agenda más variada y accesible para todos los públicos. Su posición política durante el gobierno de Macri fue cercana y no aparecen cuestionamientos en las noticias analizadas, como así tampoco en otras medidas del macrismo.

Encontramos que *Clarín* le dio una gran importancia a la desaparición del submarino. Este diario no tuvo problemas en dejar en segundo orden las noticias ligadas a los casos de corrupción o políticas económicas, por ejemplo.

También su inclinación política más cercana al oficialismo condicionó al diario a la hora de elaborar sus noticias ya que en ningún momento se menciona algún tipo de responsabilidad del gobierno, ni tampoco se les da un espacio a los familiares de las víctimas. A la hora de cubrir este hecho el análisis de *Clarín* gira en torno a datos técnicos e información brindada por el Ministerio de Defensa.

Después de analizar las publicaciones de *Página 12* encontramos que es un diario opositor al gobierno: sus publicaciones están centradas en dar una mirada crítica sobre los hechos, con un contenido fuertemente direccionado a cubrir los sucesos políticos más importantes del país, siempre fiel a su estilo y su línea editorial. No hay grandes bajadas por lo que el diario propone una lectura más profunda del mismo. Las noticias de interés general, los deportes y el espectáculo aparecen en segundo plano siempre en *Página 12*.

En los días previos a la desaparición hemos notado una serie de críticas al entonces gobierno, con cuestionamientos sobre sus políticas energética y económica. En el centro de estas críticas aparece la figura de Macri en varias oportunidades al mostrarlo como un personaje con equivocaciones y errores. La noticia de la desaparición del submarino tuvo poca relevancia para *Página 12* en un principio por la falta de importancia que le da por lo general el diario a las noticias de sociedad. Cambió cuando lo transformó en un tema político. El hallazgo de la nave fue la noticia del día para *Clarín*, en base a datos técnicos. El periódico buscó informar al público sobre el tema del momento durante varios meses, pero no con una mirada crítica a los funcionarios del gobierno.

También vimos cómo *Página 12* viró su mirada sobre el hecho: la desaparición del submarino pasó de ser un tema secundario en la tapa a transformarse en un tema central. Un año después, cuando la noticia de la aparición de la nave estaba en todos los portales *Página 12* le dio lugar al hecho dedicando una primera plana. Esta vez la noticia sirvió como puntapié para cuestionar a las autoridades del gobierno; también se le dio un espacio a los familiares de los submarinistas, probablemente aprovechando el evento para criticar la figura del gobierno y de Macri.

Después de todo este análisis podemos ver de manera empírica como ningún medio de comunicación es completamente objetivo. Determinamos cómo varios días ambos medios hablan de hechos completamente diferentes entre sí y aunque muchas veces mencionan los mismos temas su mirada sobre los sucesos era completamente opuesta entre sí. *Clarín* de una manera más explícita favoreció

sus intereses cuando en ningún momento cuestionó al gobierno por la desaparición de los 44 tripulantes y lo mismo hizo *Página 12* al darle escasa importancia al hecho hasta que pudo obtener algún tipo de rédito político.

Bibliografía

- Álvarez-Gálvez.(2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Alsina, R. (1993). La construcción de la noticia. Ediciones Paidós.
- Califano, B. (2017). En nombre de la convergencia: cambios en la política de regulación de las TIC en Argentina. Conicet, Universidad de Buenos Aires.
- Gomis, L. (1991). Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente [Theory of journalism. How the present is shaped]. Barcelona: Paidós.
- Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Buenos Aires, Argentina: Editorial Norma.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The Agenda Setting Function of Mass Media, en The Public Opinion Quarterly, Vol. 36, (2), pp. 176-187.
- Petrone, F. (2009). Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y abordajes posibles. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.
- Sosa Plata, Gabriel.(2016). Concentración de medios de comunicación, poder y nuevas legislaciones en América latina. Distrito Federal, Mexico. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. Buenos Aires, Argentina. CONICET.
- Verón, E.(1989) . Los públicos entre producción y recepción. Paris, Francia: Universite Paris VIII.
- Verón,E. (1971). Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política. Recuperado de:
<http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/veron.pdf>
- Zunino, E. (2013). Transformación de las industrias culturales en la Argentina: un estudio de caso a partir del proceso de concentración del grupo Clarín. Buenos Aires, Argentina, Universidad Nacional de Quilmes.

Artículos online

- Ambito Financiero. (2021). Cambio de hábitos: cómo se informan los argentinos. Recuperado de:
<https://www.ambito.com/sociedad/medios-comunicacion/cambio-habitos-com-o-se-informan-los-argentinos-n5260574>
- Becerra, B y Mastrini, G. (2018). MÁS DUEÑOS QUE NUNCA. Recuperado de:
<https://www.revistaanfibia.com/mas-duenos-nunca/>
- Media Ownership Monitor Argentina. Propiedad de los medios. Recuperado de:
<http://argentina.mom-rsf.org/es/propietarios/>
- *Página 12* (2022) Twitter canceló la cuenta de Donald Trump. Recuperado de:
<https://www.pagina12.com.ar/316227-twitter-cancelo-la-cuenta-de-donald-trump>
- *Página 12* (18/11/2022). "El poder necesita callar voces que son incómodas". Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/edicion-impres/18-11-2017>
- *Página 12* (28/11/2022). "El abandono". Recuperado de:
<https://www.pagina12.com.ar/edicion-impres/28-12-2017>
- *Página 12* (13/11/2017). "Temporada de tarifazos". Recuperado de:
<https://www.pagina12.com.ar/edicion-impres/13-11-2017>
- *Página 12* (13/11/2017). "El lobby feroz". Recuperado de:
<https://www.pagina12.com.ar/edicion-impres/13-11-2017>
- *Clarín* (13/11/2017). "Una nueva denuncia por sobrepagos complica más a Cristobal Lopez". Recuperado de: <https://tapas.clarin.com/tapa.html#20171113>
- *Clarín* (14/11/2017). "Dramático vuelco en la causa Ciccone: un arrepentido puede complicar más a Boudou". Recuperado de:
<https://tapas.clarin.com/tapa.html#20171114>
- *Clarín* (18/11/2017). "Dramática búsqueda del submarino perdido en el sur con 44 tripulantes". Recuperado de: <https://tapas.clarin.com/tapa.html#20171118>
- *Clarín* (19/11/2017). "Creen que siete llamadas desde alta mar podrían ser del submarino perdido". Recuperado de:
<https://tapas.clarin.com/tapa.html#20171119>
- *Clarín* (20/11/2017). "Piñera ganó en primera vuelta con menos de lo esperado y habrá balotaje". Recuperado de: <https://tapas.clarin.com/tapa.html#20171120>

- *Clarín* (17/11/2018). "Hallaron el ARA San Juan a un año de su hundimiento". Recuperado de: <https://tapas.clarin.com/tapa.html#20181117>
- *Página 12* (20/11/2017). "Dólar que comió, voló". Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/edicion-impresa/20-11-2017>
- *Página 12* (18/11/2018). "A esos cabrones los queremos presos". Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/edicion-impresa/18-11-2018>