

Análisis de discurso

Caso: diario crítica de la argentina

**Nota de tapa: *No hay más localidades.*
Marzo de 2008.**

Por:

Rocío Orlando Zamora

Enero 2010

Licenciado con:



INCREÍBLE PERO REAL
VENDO CASA
CON MUERTO
EN BUEN ESTADO
PÁGINA 22

BARREDA EN CASA
SU PROPIO PERITO DICE: "TODO
BIEN, PERO NO LO HAGAN ENOJAR"
(y ni se les ocurra decirle "conchita") PÁGINA 27

**MARIXA BALLI
INAUGURA
TENDENCIA**
VIAJE A EE.UU.
PARA ELEGIR
DONANTE
DE SEMEN
POR RAZA,
ESTILO Y
RELIGIÓN
PÁGINA 20

CRÍTICA
DE LA ARGENTINA

Sábado 24 de marzo de 2006
Año 1 - Nº 85
Precio: \$2.000
Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

DIRECTOR
JORGE...

LUIS FARINELLO
"LA SITUACIÓN SE
ESTÁ AGRAVANDO.
LOS POBRES ESTÁN
MÁS POBRES"
PÁGINA 13

GUERRA GAUCHA No hay hoteles ni pasajes aéreos, y las rutas se van a congestionar con colectivos, tractores y charters. Salta y Rosario se aprestan para la batalla del domingo PÁGINAS 4-9

NO HAY MÁS LOCALIDADES

- El Gobierno acusa al campo de "opositor" y disputa el uso de la bandera con el eslogan: "Argentina somos todos".
- La Federación Agraria ya decidió ir del acto al paro.
- Néstor calentó la pava: "Son la Unión Democrática. Les vamos a ganar en el 2009 y en el 2011 también".

BOGOSÉVOS EN LOS MERCADOS
EL CENTRAL TUVO QUE VENDER OTROS U\$S 150 MILLONES. DERRUMBE DE BONOS

Fuente: *Diario Crítica de la Argentina.*

Fecha: Marzo 2008

Introducción

El presente trabajo presenta el análisis de un estudio de caso. Se trata del análisis discursivo de la construcción simbólica del diario *Crítica de la Argentina* sobre un episodio particular dentro del largo conflicto entre el gobierno argentino y el sector agrario de ese país en 2008. Partiendo de la conceptualización de los enunciados del medio sobre la temática como una *formación discursiva* (Foucault: 1997), el trabajo apunta al análisis de los componentes de ese discurso, sus funciones semántica y comunicativa, la construcción del enunciador y el enunciatario, así como un análisis general de las características de la formación discursiva. Para ello se presenta en primer término la reconstrucción de los episodios de 2008 a partir de elementos contextuales sociales, políticos y económicos del conflicto que ciertamente precipitó momentos políticos centrales de la política nacional argentina hasta la actualidad. A continuación se ofrece una caracterización general de *Crítica de la Argentina*, como el último diario en papel editado en la Argentina reciente, para pasar luego al análisis discursivo del corpus seleccionado desde un marco interpretativo que prioriza las conceptualizaciones de M. Foucault (1997; 1999).

1. Argentina: contexto político y social que permite entender el caso

Se parte aquí de la consideración inicial de que el año 2008 ha marcado un punto de inflexión en la historia reciente de Argentina. Durante los primeros meses de gobierno de la presidenta C. Fernández de Kirchner, el sector agrario argentino emergió en el espacio público como actor movilizado en las rutas nacionales protestando en contra de la disposición del gobierno de aumentar las retenciones a las exportaciones agrícolas -y de la incorporación de la modalidad variable ascendente en función de la movilidad de los precios internacionales¹-.

¹ La resolución presidencial 125 definió nuevas modalidades de exportación para los productos agropecuarios (soja y girasol), aplicando un incremento de entre 7 y 9 puntos porcentuales en las retenciones, elevándolas hasta el 35%, con un esquema de impuestos móviles según los precios internacionales. La disposición fue leída por el sector como un incremento significativo que generaría un fuerte impacto económico para los productores agropecuarios.

Las cuatro principales entidades de la patronal agraria del país (Federación Agraria, Confederaciones Rurales Argentinas, Sociedad Rural Argentina y Coninagro) se unieron para reclamar, argumentando el excesivo aumento de las retenciones y solicitando la no intervención del Estado sobre las ganancias extraordinarias. El 12 de marzo realizaron en distintas provincias del país el primer paro nacional que implicó la suspensión de la comercialización de carnes y granos por 48 en todo el territorio.

Con el paso de los días y en ausencia de diálogo entre los principales actores involucrados el conflicto se intensificó. Si bien una cronología detallada excede el espacio de este trabajo, cabe decir que luego de los primeros días de paro extendido, se generó un ciclo de protestas nacionales que continuó con intensidad hasta julio de 2008. Finalmente, el conflicto se dirimió en el Congreso nacional, cuando el vicepresidente de la República Julio Cobos votó en contra de la medida permitiendo su derogación. Este hecho precipitó una crisis política e institucional hacia el interior del gobierno.

Durante los meses de reclamo, la frase *conflicto con el agro* se convirtió en el sociolecto de uso común en casi todos los medios televisivos y de prensa gráfica para definir las protestas de 2008, que ciertamente alcanzaron dimensiones considerables en el ámbito político y mediático haciendo parte fundamental del juego de fuerzas políticas y económicas en disputa en la Argentina contemporánea.

Se asume que estos episodios produjeron un cambio fundamental en relación a la configuración histórica del campo como actor económico y político de peso en Argentina. Se trata de la modificación de las pautas de interlocución del sector agrario con el Estado: se pasó del ejercicio del *lobby* a las acciones colectivas de protesta (Nardacchione: 2005) en el espacio público. A partir de este quiebre el sector agrario se constituyó por primera vez en la historia del país en un actor no tradicional congregado en las rutas y eventualmente en las calles argentinas, inaugurando un nuevo período de acciones de protesta en el país. Y los medios privados han jugado un papel clave en dicho proceso.

Este punto es de especial relevancia para Argentina dado que desde mediados de la década de 1990 la protesta pública se ha convertido en una referencia constante de la cultura política del país: luego de más de quince años de reposición de la democracia formal, el Estado argentino consolidaba un proceso de desregulación económica y

debilitamiento de las funciones sociales del Estado (Svampa: 2005). Este escenario fue la base sobre la cual se erigió la beligerancia popular de actores colectivos que inauguraron nuevas modalidades de protesta en el espacio público (Auyero: 2002). Aparecieron los movimientos de desocupados y la agrupación H.I.J.O.S y con ellos, la generación de nuevas formas de reclamo.

En particular los cortes de ruta (piquetes) como modalidad directa de reclamo se incorporaron a la cultura de protesta del país. En 2000 ya habían adoptados en gran parte del territorio, originando transformaciones profundas en los repertorios de movilización (Auyero: 2002; Svampa y Pereyra: 2003). En 2008, el sector agrario ha utilizado modalidades de protesta similares a los piqueteros para defender proyectos e intereses sustancialmente distintos: se trata de actores diferenciados que intervinieron en el escenario público interpelando al Estado en contextos políticos y económicos muy distintos.

El conflicto excede la discusión específica de los impuestos a las exportaciones y debe ser leído como una metáfora que condensa la disputa más amplia por la distribución de la riqueza en Argentina, dado que se trata de un país donde la cuestión de la distribución de la tierra, la renta agraria y el lugar que ocupa el campo en el proyecto de país constituyen una deuda pendiente.

Existe toda una discusión sobre cuál debe ser el proyecto de país y qué sectores se deben priorizar. Sintéticamente, la disputa es entre un proyecto de tipo agroexportador y otro de sustitución de importaciones. La reflexión ha estado teñida por la separación campo-ciudad que tiene base en la dicotomía teórica civilización vs. barbarie. Queda claro que la cuestión de la democratización de la tierra en un país como Argentina que emergió en el Siglo XIX por su desarrollo agroexportador es clave. A diferencia de otros países de América Latina en Argentina históricamente no se ha discutido la posibilidad de una reforma agraria, incluso cuando el tema figuraba en la agenda de políticas públicas de los organismos internacionales².

Para obtener un panorama más exhaustivo del conflicto y con miras a deconstruir la economía de la comunicación que se esconde en la pretendida homogeneidad de la noción *el campo*, es clave estudiar la configuración real de los actores que protestaron: quiénes son

² Los trabajos de Norma Giarraca del grupo de Estudios Rurales del Instituto Gino Germani ofrecen un estudio detallado sobre el tema.

los dueños de la tierra, quiénes la trabajan, quiénes obtienen ganancias de los recursos, quiénes son los dirigentes que han encabezado el conflicto de 2008, qué intereses defienden, a quiénes representan, etcétera, para luego contrastar el sujeto real con las narrativas mediáticas construidas sobre estos actores.

Vínculos con otros acontecimientos políticos relevantes

El conflicto de 2008 generó la reaparición en el espacio público del enfrentamiento de dos proyectos políticos diferentes (el proyecto del gobierno nacional y el proyecto del grupo de ruralistas que reclamaba), que como se ha dicho es histórico en el país y debe entenderse precisamente desde esta perspectiva.

Ciertamente ha funcionado como la caja de Pandora: abrió paso a la rápida rearticulación de fuerzas económicas y políticas que se oponían deliberadamente al proyecto del gobierno y sus propuestas de redistribución de la riqueza. Para ilustrar este punto vale mencionar dos momentos políticos reveladores que se sucedieron luego del conflicto con el agro y que están directamente vinculados con el extenso enfrentamiento por las retenciones móviles.

El primero tiene que ver con el fenómeno de los “agrocandidatos” en las elecciones legislativas del 28 de junio de 2009. Según fuentes periodísticas nacionales consultadas para este trabajo, alrededor de 300 productores agropecuarios pretendían convertirse en concejales, presidentes comunales y legisladores provinciales, y otros 17 ruralistas intentaban obtener bancas en el Congreso nacional. Todos estos candidatos se insertaron en los partidos de oposición al gobierno, sobre todo en las dos fuerzas opositoras principales: por un lado, el justicialismo disidente, y por otro lado el Acuerdo Cívico y Social (ACyS)³. Muchos de ellos obtuvieron las bancas.

³ Definir la configuración de las fuerzas políticas de oposición en Argentina es una tarea amplia que excede este espacio, sobre todo debido a la complejidad que ha adquirido en los últimos años. Sin embargo, vale la pena aclarar que el justicialismo disidente está expresado por Unión Pro, de Francisco de Narváez, y los referentes peronistas Carlos Reutemann, Juan Schiaretti (Córdoba) y Alberto Rodríguez Saá (San Luis). El Acuerdo Cívico y Social (ACyS) por su parte está conformado por la alianza de Elisa Carrió (ex UCR) con la

El segundo momento tiene que ver con la aprobación en octubre de 2009 de la nueva ley de medios audiovisuales. Impulsada por el gobierno, la nueva normativa encontró resistencias firmes por parte de los grandes grupos económicos y de los medios de comunicación privados, en particular del monopolio Clarín. En este tema la conexión con el conflicto del agro también es clara.

En 2008 el grupo Clarín apoyó abiertamente los reclamos del sector agrario durante todo el tiempo que duró el conflicto, luego en 2009 el mismo grupo apoyó las candidaturas de la oposición y de los agrocandidatos. Poco a poco, el conflicto que empezó siendo entre el gobierno y el campo fue capitalizado por diferentes grupos políticos y mutó hacia el enfrentamiento del gobierno con la amplia oposición política en su conjunto. Finalmente, la dicotomía quedó configurada entre el gobierno por un lado, y la suma del campo, las fuerzas políticas de oposición y el grupo Clarín, por otro.

Así fue que en 2009 el gobierno nacional impulsó el proyecto de reforma de la antigua ley de radiodifusión, que introdujo modificaciones antimopólicas y redistributivas del espacio radioeléctrico. El tema de la reforma de las leyes de comunicación concierne a toda la región. Cuenta con el antecedente de la nueva normativa en Venezuela, y en el primer trimestre de 2010 se está discutiendo la reforma en Ecuador⁴.

UCR y el socialismo. Cabe decir también que incluso se presentaron candidatos ruralistas en las fuerzas de la izquierda, como la alianza encabezada por el emblemático piquetero Raúl Castells.

⁴ Pensar las similitudes y diferencias de los procesos de reforma de las leyes de comunicación en Argentina y Ecuador es una tarea sumamente interesante dado que en el contexto de los dos últimos años principalmente, los medios de comunicación privados se han constituido en actores de oposición muy fuertes hacia los gobiernos de C. Fernández y R. Correa. En ambos casos la confrontación gobierno- medios privados es a la vez causa y efecto de la emergencia de la reforma de las leyes de comunicación como tema prioritario en la agenda pública, tanto de Fernández como de Correa. Estas relaciones de confrontación se constituyeron en la motivación principal para que los gobiernos decidieran finalmente tratar la reforma de las leyes de comunicación en ambos países como tema prioritario de su agenda. Se puede analizar en detalle los casos del grupo Clarín en Argentina y del grupo Isafas y Noboa en Ecuador. A su vez, el tratamiento de reforma de las leyes de comunicación en ambos países intensificó el carácter antagónico y confrontativo de la relación gobierno- medios privados. Con matices, en los dos casos los medios se han opuesto firmemente a las reformas, en particular a los puntos que tienen que ver con políticas antimonopólicas y democratizadoras del espectro radioeléctrico.

Los episodios que dan origen a la noticia: el 25 de mayo de 2008

El ciclo de protestas incluyó cortes de ruta, *tractorazos*, *cacerolazos*, marchas y *escraches*⁵ contra funcionarios del gobierno nacional. La intensidad de las acciones, en particular de los cortes de ruta sostenidos sin interrupción durante largo tiempo impidieron la circulación de personas y alimentos en gran parte del país, generando desabastecimientos durante algunos días. El proceso tuvo momentos álgidos y puntos de quiebre en los que la confrontación entre el gobierno y el sector agropecuario se vio exacerbada. Uno de ellos fue precisamente la fecha patria del 25 de mayo, que dio origen a la nota del presente estudio.

En una suerte de combate político decisivo, ambos actores decidieron celebrar la revolución de 1810 por separado. El gobierno en la provincia de Salta y los ruralistas en la provincia de Santa Fe, cada cual desplegó simultáneamente toda su estructura y capacidad de gestión para competir por algo que en adelante denominaremos *la disputa por la verdadera argentinidad*: tanto el gobierno como los dirigentes agropecuarios intentaron generar una identificación directa entre su propio acto de celebración y los auténticos valores de la patria. Cabe notar que una de las herramientas claves de construcción de tal identificación y lucha simbólica fueron los medios de comunicación nacionales, sobre todo la televisión y la prensa gráfica.

Los medios de comunicación y la construcción simbólica del conflicto

Ahora bien, en este mapa general es indispensable abordar el rol que han desempeñado los medios de comunicación como dispositivos que produjeron distintas “realidades” sobre el conflicto. Tanto en 2008 como en momentos anteriores (diciembre de 2001 es un caso clave para estudiar comparativamente) los medios de comunicación han

⁵ Se trata de una modalidad de protesta pública inaugurada por la agrupación de derechos humanos H.I.J.O.S. que desde 1995 agrupa a hijos de desaparecidos, asesinados, presos políticos y exiliados durante la última dictadura militar. La modalidad consiste en visibilizar públicamente a los responsables de la represión de Estado, en general a partir de pintadas y marchas en los espacios privados de los sujetos denunciados.

tenido un rol fundamental en la *construcción*⁶ simbólica de una parte importante de la realidad social y política, que es la realidad en devenir (Verón: 1989). El conflicto con el agro es paradigmático en ese sentido, precisamente porque la interlocución entre el sector agrario y el gobierno se desarrolló sobre todo en la *arena mediática* (Gosselin: 1998). Una de las particularidades fue la ausencia de diálogo real entre el gobierno y la mesa de enlace que conformaron los ruralistas, aspecto que sin duda precipitó la crisis política.

Se sostiene aquí que los medios desempeñan un rol fundamental en la disputa por fijar sentidos sobre lo político, dado que orientan y modulan temas, fijan agenda, jerarquizan actores, y establecen las condiciones en las que se define lo que puede ser considerado legítimo e ilegítimo. De allí que no pueden concebirse como cronistas o mediadores de acontecimientos dados a priori – referentes que pueden ser objetivados-, sino como productores de realidades. Los medios constituyen, por tanto, un elemento insoslayable para estudiar los procesos de construcción de sentidos de lo político en *sociedades mediatizadas* (Verón, 2001).

2. El diario *Crítica de la Argentina*

Muy probablemente la corta historia de *Crítica de la Argentina* podría resumirse en dos significantes: juventud y originalidad. El primero tiene que ver con la breve trayectoria del medio. El primer ejemplar vio la luz en marzo de 2008. De tirada nacional, el matutino arrancó sus primeros meses con 80.000 ejemplares. Previo al lanzamiento, el medio ofrecía en su sitio web ocho o diez noticias diarias, para anticipar lo que sería la versión impresa. La originalidad está vinculada a la apuesta por producir un diario diferente, bien escrito y bien pensado, en un época en que los periódicos en muchos casos han dejado de ser la fuente primaria de información dado el avance de los medios digitales y los llamados nuevos dispositivos digitales como son las redes sociales.

En este sentido, el sub director Martín Caparrós señaló: “Se trata de generar una propuesta diferente desde el punto de vista gráfico y editorial, de hacer un diario que tenga

⁶ Empleamos el concepto *construcción del acontecimiento* informativo desarrollado por Eliseo Verón en *Construir el acontecimiento, los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de three Mile Island (1983)*, y en *Fragments de un Tejido (2004)*.

en cuenta esta condición real, y que por eso mismo debe tener unas características particulares, mucho contexto, análisis, y visibilización de la información que otros diarios argentinos no cuentan”. (Caparrós: 2008).

Es interesante analizar que si bien la apuesta por hacer un diario en papel ha sido muy fuerte, los creadores de *Crítica* no desconocieron la importancia de avanzar al mismo tiempo en el terreno digital. Además de la versión on line del medio, como parte de la estrategia de promoción *Crítica* desarrolló una campaña de lo que se conoce como marketing viral. En el popular sitio YouTube (www.youtube.com)⁷ se puede consultar un video que simula una grabación casera que proyecta el logo del nuevo medio en edificios de la ciudad de Buenos Aires. También ha tenido presencia desde su lanzamiento en redes sociales como facebook y twitter.

Con respecto a la línea editorial, es posible afirmar que el medio salió al mercado con una línea de oposición al gobierno de C. Fernández de Kirchner. Este dato ha sido confirmado en una entrevista por el propio Lanata⁸. En los últimos meses de 2009 sin embargo, se observa que ha moderado esta postura.

En abril de 2009 Lanata renunció a la dirección del medio. Se desconocen las verdaderas motivaciones, sin embargo su alejamiento fue muy comentado en otros medios de prensa, en especial en Clarín. Una de las hipótesis más fuertes tiene que ver con desacuerdos del periodista con el nuevo grupo mayoritario de accionistas encabezado por el ex presidente de Aerolíneas Argentinas.

⁷ En el mismo portal se puede consultar entrevistas a Lanata y Caparrós, y un documental que da cuenta del proceso de creación del diario.

⁸ Para profundizar este punto se puede consultar la entrevista *Lanata habla el día después*, publicada en el portal You Tube.

3. Análisis de discurso Diario Crítica de la Argentina. Nota de tapa escogida: *No hay más localidades*

3 a) Componentes del discurso de portada: descripción formal, género, funciones semántica y comunicativa

Dentro del amplio universo que constituyen los medios masivos, se ha escogido trabajar con el conjunto de discursos de la prensa gráfica nacional argentina, en particular con la edición impresa del diario *Crítica de la Argentina*. Para iniciar el análisis primeramente se dirá que el corpus de análisis construido está compuesto por la tapa del diario *Crítica de la Argentina* (edición papel N° 83) del sábado 24 de mayo de 2008 de manera prioritaria, y adicionalmente las notas de páginas interiores correspondientes a la nota de tapa ubicadas en la sección *El País*. Se trata de información generada el día previo a la realización de los actos patrios del 25 de mayo que se han descrito antes.

Se parte de la conceptualización de discurso de M. Foucault (1999). El autor desarrolla la noción de discurso a partir de la vinculación con el poder y el deseo, y los mecanismos de control, selección y redistribución de la producción discursiva vigentes en toda sociedad. En sus palabras: “[...] el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse” (Foucault; 1999: 15).

Siguiendo los desarrollos del autor, se considerará el conjunto de los enunciados del corpus de análisis en términos de una *formación discursiva* (Foucault: 1997), como enunciados que se encuentran encadenados y reclaman entre sí una unidad, "un juego de reglas que hacen posible durante un período determinado la aparición de objetos" (Foucault; 1997: 53). A partir de Foucault se puede afirmar entonces que el discurso periodístico constituye un tipo de discurso que posee un “carácter constante de enunciación” (Foucault; 1997: 54) sedimentado desde los inicios del periodismo como dispositivo de construcción de realidades, que permite definir relaciones y vínculos entre los enunciados de un mismo discurso.

Entonces en el análisis se considerará todos los enunciados del corpus como parte de una misma formación discursiva: la del discurso periodístico del diario *Crítica* en el

contexto de la Argentina de 2008. Se trabajará por un lado analizando el corpus en sí mismo (en sus relaciones internas), por otro lado se analizarán los vínculos de éste con datos de contexto del medio y su posible vinculación con la economía política del sistema de medios gráficos en Argentina.

El corpus y sus componentes

El corpus escogido se compone de una noticia principal de tapa que en las páginas interiores combina el género informativo con el interpretativo. Asimismo, la fotografía de tapa aparece como un elemento central del estilo periodístico que practica el medio.

El nombre del diario y los slogans

Con respecto a la marca del diario y los *slogans* que hacen parte de la identidad del medio, hay tres aspectos que conviene mencionar. Por una parte, el nombre ***Crítica de la Argentina***, que aparece centrado en el cuadrante superior en letras blancas capital y sobre un fondo de color rojo, ocupa la mayor jerarquía en el espacio. El nombre hace alusión al conocido diario argentino *Crítica* fundado en Buenos Aires en 1913 que llegó a ser uno de los más vendidos del país. Por cuestiones legales y de marca, la nueva publicación debió adicionar la frase *de la argentina*, dado que la marca pertenece a la sociedad de distribuidores de diarios y revistas del país (SDDRA). La alusión a este antiguo periódico denota el intento de generar identificación con su trayectoria y experiencia en la producción de información. El color rojo de fondo y su combinación con la tipografía y el tamaño del nombre tienen la intención de generar impacto.

Por otra parte, el slogan del diario ***el último diario en papel*** se refiere a los repetidos anuncios, sobre todo del congreso mundial de editores de periódicos, acerca de la muerte anunciada de los periódicos en papel y su reemplazo por los medios electrónicos. La frase es una insinuación irónica de los creadores del diario, que ciertamente no comparten la apreciación, al menos no en el corto plazo, y sostienen que los periódicos en una sociedad como la argentina siguen marcando la agenda de lo que se discute y generando los climas de opinión. Es una suerte de provocación a este tipo de afirmaciones categóricas que se realizan repetidamente cada año en estos encuentros de especialistas en la materia.

Por último, la frase *director: jorge lanata* tiene que ver con un mecanismo de legitimación del medio a partir de la trayectoria periodística de quien fue su fundador y director en su primer año de vida: Jorge Lanata. En 1987, Lanata lanzó el diario *Página/12*, y más tarde la revista política *Veintitrés*. El periodista dirigió desde marzo de 2008 *Crítica de la Argentina*. Luego, en abril de 2009 se desvinculó del medio como director, aunque continuó colaborando como columnista. Desde entonces, la dirección del diario pasó a cargo de un comité editorial integrado por Nerina Sturgeon, Alejandro Bianchi, Daniel Álvarez y Silvio Santamarina y Daniel Capalbo, quien además es el coordinador.

El párrafo de la bajada

Este párrafo realiza una breve descripción del agotamiento de los pasajes y la capacidad de alojamiento en las ciudades donde se desarrollaron los dos actos patrios (Salta y Rosario). Sobresale tanto simbólicamente como a nivel visual la frase que abre el párrafo: *guerra gaucha*. El medio la ha empleado a lo largo de sus ediciones (ideolecto) para referirse al conflicto entre el sector agrario y el gobierno nacional, destacando la dimensión nacionalista que encierra el asunto. La utilización es a la vez descriptiva y sarcástica. Intenta movilizar principalmente una interpretación por parte del lector en torno al imaginario del *ser nacional*, ya que posee connotaciones históricas: en Argentina se conoce con esta frase a la lucha de las milicias llevada a cabo en el norte del país durante las guerras de la independencia en la región contra los ejércitos realistas. Si bien la palabra gaucho en el país es de uso general, la frase no es de fácil asociación con esos episodios históricos.

El título de tapa

El título *No hay más localidades* aparece centrado en el cuadrante principal de la página ubicado sobre la fotografía. En letra capital, está escrito con una tipografía *sin serif* de gran tamaño, fiel al estilo de titulación del medio. En la utilización de la palabra *localidades* es posible identificar al menos dos intenciones de *efectos de sentido* (Foucault:1999). Uno que tiene que ver con las localidades de hospedajes y pasajes para viajar y ser parte de cualquiera de los dos actos patrios del 25 de mayo (el de Salta o el de

Rosario).

Otra intención de efecto de sentido del uso del significante *localidades* apunta a su vinculación con las tickets para presenciar un espectáculo: puede referirse al enfrentamiento como un show presenciado por la sociedad argentina y también puede referirse a la construcción por parte de los medios de dicho enfrentamiento como un show mediático. El primer uso está empleado en un sentido descriptivo. El segundo en cambio está utilizado en un sentido irónico, de crítica, para provocar en el lector la idea de que el conflicto hace parte de una suerte de “club de la pelea”, en el que los medios son la vitrina privilegiada donde se dirime el tema.

El cuerpo de texto

Este elemento se conforma a partir de cuatro párrafos que describen cuatro aspectos puntuales del conflicto: la posición del gobierno, la posición de la Federación Agraria, las declaraciones del ex presidente al respecto, y el derrumbe de bonos en el mercado central. Cada párrafo está organizado en viñetas armadas con imágenes de guantes de boxeo que apelan a las acciones beligerantes de cada uno de los actores implicados en el conflicto, fundamentalmente el gobierno nacional y el sector agrario, pero también el ex presidente Néstor Kirchner como actor de peso. Uno de los efectos de sentido que se intenta generar con el uso de las imágenes de los guantes está en concordancia con la foto de tapa y el título principal: apelan a generar la idea de una pelea entre dos actores que dejan a la mayoría de la población argentina al margen y a la vez muy perjudicados.

La fotografía de tapa

Para analizar la fotografía de tapa resultan útiles los planteamientos de Delgado y Fierro (2005). A partir del estudio de caso de la construcción de representaciones de las fotografías del diario El Tiempo, los autores analizan las características de la fotografía de prensa como elemento fundamental del anclaje del sentido del discurso periodístico. El texto avanza cuatro momentos diferenciados del proceso de producción de las fotografías. Se trata de la toma en primer lugar, luego la selección y edición. A continuación, la diagramación de la página y la ubicación de la foto, y finalmente la colocación del pie de foto. Al respecto los autores señalan: “El pie de foto es el elemento más fuerte en la

construcción del significado de la foto y determina en mayor medida si el uso que se hará de ella será indicial o icónico” (Ledo: 1998).

Si bien los cuatro momentos del proceso de producción ofrecen elementos interesantes para el análisis, conviene detenerse en la diagramación y diseño de la portada y la ubicación de la fotografía, y en la ausencia de pie de foto de nuestro caso.

La fotografía de tapa de *Crítica* es un montaje en estudio de un ring de boxeo vacío. Delante del ring aparece la imagen de una vaca sacando la lengua. La imagen a color ilustra todo el cuadrante principal de la página que constituye alrededor del 80% del espacio de tapa. La fotografía se ubica en la línea editorial del diario que de manera similar al estilo de *Página/12* acostumbra a diagramar las tapas con fotografías muy grandes casi de página completa y haciendo uso de imágenes de montaje⁹.

En este componente es posible identificar un aspecto humorístico y también uno sarcástico. El ring de boxeo hace alusión a la vez al escenario de las dos ciudades donde se desarrollaron los actos patrios del 25 de mayo, y a los medios de comunicación como el espacio privilegiado de disputa de sentidos sobre el conflicto. En consonancia con el título principal¹⁰, la fotografía intenta precisamente generar la idea del conflicto como un show protagonizado por dos actores principales y de la sociedad argentina como ubicada en el medio de la confrontación.

Esta intención comunicativa se podría deducir también de la imagen de la vaca sacando la lengua, como una suerte de burla a la gran mayoría de la población que si bien no está implicada directamente en el conflicto se ha visto fuertemente perjudicada por los desabastecimientos de alimentos y productos y por la imposibilidad de circular libremente por las rutas nacionales durante los días más álgidos de las protestas.

Ahora bien, cabe decir que el estilo de tapa que ha utilizado *Crítica* desde su nacimiento está fuertemente influenciado por el estilo periodístico del conocido diario *Página/12* que ciertamente marcó la cultura periodística del país desde fines de la década

⁹ En el sitio web del diario www.criticadigital.com.ar se encuentran disponibles los archivos en formato pdf de todas las ediciones en papel del medio desde la primera edición en marzo de 2008.

¹⁰ Si bien a los fines explicativos en este trabajo se ha separado el análisis de los componentes de la tapa del diario, cabe mencionar que el análisis de discurso reclama para sí la interpretación de los vínculos entre los diferentes componentes que constituyen un discurso o una formación discursiva.

de 1980¹¹. Las semejanzas entre ambos periódicos tienen que ver precisamente con el uso de montajes en estudio y fotografías grandes a página completa, y el uso de la ironía y el sarcasmo para generar titulares de no más de cuatro o cinco palabras como estrategia de generación de efectos de sentido. En ambos casos además los títulos casi siempre recogen frases de uso popular en el país.

Si se analiza las fotografías de tapa de *Crítica* en relación a otros periódicos de tirada nacional como Clarín o La Razón, llama la atención la ausencia de pie de foto ya que estos medios sí hacen uso de este recurso. Sin embargo, un rastreo de las portadas del medio desde su aparición deja ver que la decisión de aplica de manera general sin excepción y hace parte de la línea editorial del periódico.

A partir de las consideraciones previas, y recogiendo a Delgado y Fierro se afirma que la fotografía desempeña una función de tipo indicial ya que refuerza la atención del destinatario hacia un objeto en particular (el ring y el animal vaca) pero no los describe directamente, como si lo haría la función icónica.

3 b) Perfiles del enunciador y el destinatario

Se parte de la consideración de la distancia que existe entre el lector o destinatario real y el lector modelo. Sintéticamente, el sujeto real está constituido por los lectores que consumen de diferentes maneras el periódico *Crítica*. Ahora bien, a partir del análisis del uso por parte del enunciador de determinados sociolectos e idelectos se sintetiza el perfil del destinatario que construye el medio.

Los sociolectos principales identificados en el corpus son: *Crítica*, *localidades*, *Argentina somos todos*, *corcoveos*, y *el uso del ring de boxeo y de la vaca*. Los idelectos en tanto son: *de la Argentina*, *Director: Jorge Lanata*, *Guerra gaucha*, *Calentó la pava*, la gráfica propia del nombre del diario y la forma de titulación característica del medio.

¹¹ Fundado en 1987 por Jorge Lanata, el diario nació con una línea editorial progresista y opositora al proyecto del entonces presidente Carlos Menem. Se caracterizó por su diseño original, el tratamiento contextualizado y muy detallado de la información y el profesionalismo de los escritores y periodistas que hicieron parte del equipo.

El análisis de estos elementos permite afirmar que el destinatario que se construye se acerca a un lector de clase media, instruido sobre los asuntos de interés nacional que se posicionan en la agenda mediática de éste y otros medios del país, pero sobre todo informado acerca del conflicto con el sector agrario y los actores involucrados. A partir de estas dos competencias, el lector se encuentra en condiciones de interpretar y actualizar sentidos sobre el tema. Como señala Eco, la narrativa en su conjunto exige *movimientos cooperativos y activos* por parte del lector.

Además es un lector argentino preparado para reconocer el sarcasmo y el humor político, en especial de la propuesta de tapa (la combinación de elementos) que de alguna manera fue posible gracias a la trayectoria previa del estilo periodístico inaugurado en el país por Página/12. En ese sentido, el destinatario que se construye es un público que conoce y valora la trayectoria periodística de Lanata y sus apuestas por generar productos periodísticos diferentes desde el punto de vista gráfico y editorial.

Se trata de un lector idóneo para completar sentidos y hacer relaciones abstractas sobre la temática. Por ejemplo, puede conectar la imagen de la vaca con ciertas representaciones del sector agrario o bien relacionar el ring de box con el carácter beligerante y antagónico del conflicto. Es un lector que en principio no está claramente posicionado en ninguno de los dos “bandos”, y que en todo caso sostiene una postura crítica frente a dos elementos: la polarización social producto del conflicto, y el despliegue mediático que intenta favorecer intereses privados. En ese sentido, es un destinatario que apuesta por el fin del conflicto.

Como en el caso del destinatario, también el sujeto enunciador real se diferencia del sujeto enunciador que habla. A continuación, a partir del análisis de las marcas de enunciación (dejadas como huellas por el sujeto enunciador en los enunciados), se analiza el perfil del enunciador. Las marcas concretas que se analizan son las huellas sociales, las marcas de estilo y los valores ideológicos.

Las marcas sociales identificadas en el corpus son las siguientes: *Critica, localidades, Argentina somos todos*, la imagen del ring de boxeo y de la vaca. Las marcas de estilo son: *de la argentina, director: jorge lanata, guerra gaucha*, la gráfica del nombre,

el estilo de titulación, el uso de montaje en estudio, y la ubicación de la foto. Los valores ideológicos identificados: tradición periodística, trayectoria, desacuerdo con la guerra mediática como escenario del conflicto, argentinidad, nación.

A partir del análisis de estas tres marcas, inicialmente apuntaremos que el sujeto enunciador, es decir, el lugar desde donde el diario *Crítica* dice lo que dice se construye con un criterio formado y reflexionado sobre la temática que está construido en base a una visión general del conflicto, que fundamentalmente critica la división y polarización social injustificada. Esa es la posición integral del enunciador.

Asimismo, presenta una posición de reconocimiento del campo mediático y de los medios como un lugar privilegiado e insoslayable de disputa simbólica sobre lo político en las sociedades actuales, es decir, un espacio central de construcción y producción de las “realidades” sobre el conflicto nacional. En este sentido, hay también un reconocimiento de la tensión que se juega entre el campo mediático y el campo político como espacios que se determinan mutuamente.

En la construcción del discurso sobre el tema el enunciador hace notar la polarización social como uno de los efectos del enfrentamiento entre el gobierno nacional y el sector agrario. Se podría afirmar que critica el conflicto como un todo, y no tanto a un sector en particular. Ello se vincula a las intenciones de *Crítica* de generar una propuesta editorial diferente, que visibilice información que otros diarios argentinos como Clarín o La Nación en muchos casos omiten.

Si bien el espacio del trabajo no permite extenderse sobre este último punto, la mirada se enriquece si se adicionan elementos de análisis propios de la economía política de la comunicación. Brevemente, cabe decir que La Nación y sobre todo el grupo empresario Clarín (que hasta que no se efectivice la nueva ley de medios continúa manejando el 40% de la información que circula en el país) en el primer trimestre de 2010 se encuentran articulados a las fuerzas de oposición al gobierno y desde 2008 han venido apoyando abiertamente los intereses que defendieron las protestas de los ruralistas. Sus discursos por tanto son los espacios donde se dirimen las relaciones y vínculos de poder en la Argentina actual.

Considerar esta perspectiva de análisis - aún teniendo en cuenta las distancias que existen entre los sujetos reales y los sujetos contruidos por y en los enunciados- exige un alejamiento por ejemplo de los planteamientos de Barthes (2002) con respecto a *la muerte del autor*. En sus palabras:

“[...] la escritura es la destrucción de toda voz, de todo origen [...] en cuanto un hecho pasa a ser relatado, con fines intransitivos y no con la finalidad de actuar directamente sobre lo real [...] sin más fundamento que el propio ejercicio del símbolo, es produce esa ruptura” (Barthes; 2002: 65).

Entonces, ¿Resulta útil esta mirada para pensar en la producción discursiva de los medios de comunicación y en particular en el discurso del caso que aquí se analiza? Y luego: ¿Es posible suponer que en el discurso periodístico se da la ruptura de la que habla Barthes? Se sostiene que esta perspectiva resulta muy productiva para pensar en términos del objeto teórico que construyó Barthes: la escritura literaria, pero se quiebra cuando se intenta trasladarla al estudio del discurso periodístico, que ciertamente no persigue *finés intransitivos* y que actúa directamente sobre lo real. Y el caso que nos ocupa ha sido paradigmático en ese sentido, dado que la excesiva cobertura mediática y el particular tratamiento del tema por parte de determinados medios ha precipitado varios acontecimientos posteriores de la arena política.

3 c) Formación discursiva del corpus

La nota de tapa se encuentra encadenada a otras cuatro notas publicadas el mismo día en la misma sección, constituyendo una *formación discursiva* (Foucault: 1997). Todas comparten un invariante referencial (se refieren a lo mismo). A diferencia de la noticia principal, las cuatro notas son más cortas y ocupan un espacio más pequeño en la diagramación de las páginas. De las cuatro, tres poseen fotografías. También aparece un cómic de humor político referido al tema.

En la formación discursiva es posible identificar conceptos y temas predominantes. En cuanto a los primeros, se han identificado las condiciones de uso de los cuatro conceptos principales que aparecen con mayor fuerza en la construcción del discurso:

Por un lado, *guerra mediática* y *disputa simbólica* se emplean para señalar que la batalla entre los dos actores que protagonizan el conflicto se disputa en el ámbito de los medios y en las relaciones de poder que éstos ponen a funcionar. Por otro lado, aparecen muy vinculados los conceptos de argentinidad y ser nacional como dos nociones abstractas que aparecen para señalar que en los dos actos patrios los actores se disputaron la representación genuina del ser nacional, de la verdadera argentinidad como se ha señalado antes.

Finalmente, el tema que aparece con mayor fuerza en la nota principal y en la formación discursiva en su conjunto tiene que ver con el reconocimiento, desde un punto de vista crítico moderado, de que la *batalla* entre los dos actores ha generado una profunda división de la sociedad argentina. Como se ha dicho, el enunciador se posiciona frente a este punto, cuestionando el conflicto como un todo, y no tanto desde la crítica a un sector en particular.

BIBLIOGRAFÍA

- Auyero, Javier (2002). *Fuego y barricadas. Retratos de la beligerancia popular en la Argentina democrática*, En Nueva Sociedad N° 179, Caracas.
- Barthes, Roland (1984). *El susurro del lenguaje: más allá de la palabra y de la escritura*. Buenos Aires: Paidós.
- Delgado, Christian y Fierro, Alexandra (2005). “Prensa, fotografía y representación”. En Sel, Susana (comp.), *Imágenes y medios en la investigación social: una mirada latinoamericana*. Buenos Aires: UBA, pp. 53-63.
- Foucault, Michael (1997). *La arqueología del saber*. México: Siglo XII Editores, pp. 3-64.
- ----- (1999). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets Editores.
- Gosselin, André (1998). “La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades”. En Gauthier, Giles, André Gosselin y Jean Mouchon. *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.
- Nardacchione, Gabriel (2005). “La acción colectiva de protesta: del antagonismo al espacio público”. En Schuster, Federico, *Tomar la palabra. Estudios sobre protesta social y acción colectiva en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Svampa, Maristella (2005). *Movimientos sociales y nuevas prácticas políticas en Argentina. Las organizaciones piqueteras* En revista Nómadas. N° 30.
- Svampa, Maristella y Pereyra, Sebastián (2003). *Entre la ruta y el barrio. La experiencia de organizaciones piqueteras*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Verón, Eliseo (2001) *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Editorial Norma.

Sitios Web

- Diario Crítica on line www.criticadigital.com.ar. Consultado en diciembre 13, 14 y 16 de 2009. Y en enero 3 y 4 de 2010.
- Sitio web www.lanata.com. Consultado en enero 2 de 2010.
- Portal interactivo www.youtube.com. Consultado en diciembre 12 de 2009.
- Redes sociales en internet facebook y twiter. Consultadas en enero 3 de 2010.