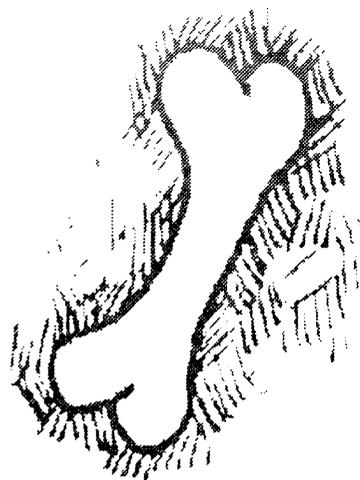


LILA LUCHESSI

# La invención: una marca canónica del periodismo argentino



*La invención es una característica constitutiva de la tradición periodística en la Argentina. La necesidad de hacer uso de los medios con fines consensuales políticos estableció, a lo largo de la historia, el uso de esta categoría como invariante. Sin embargo, la táctica utilizada por un periodista con motivo de la invasión a Irak cambió el destinatario con la consecuente demanda realizada por el medio ante la justicia. El análisis diacrónico del caso, a la luz de la tradición periodística de la Argentina, es el eje central de este trabajo.*

LILA LUCHESSI

*Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA) y periodista. Doctorada en Ciencia Política (Universidad de Belgrano). Profesora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA) y del Taller Escuela Agencia (TEA). Colabora en revistas nacionales e internacionales de comunicación.*

ANCLAJES

Una mirada histórica sobre las prácticas periodísticas en la Argentina da cuenta de la reiteración de invariantes procedimentales a lo largo de los años. Si bien la sofisticación de las tecnologías comunicacionales afecta los modos de producción de noticias y también los contenidos de los medios informativos, las técnicas relacionadas con la construcción de verosímiles son recurrentes. Muchos de los análisis que se hacen sobre los sucesos, que con sus ocurrencias generan continuidades o discontinuidades proyectuales, no contemplan la complejidad del tratamiento de estos temas. Es que en momentos extremos, en los que entran en juego los intereses nacionales, las inclusiones a proyectos globales y los planes de expansión, la confluencia entre la argumentación y el manejo de los datos se articula produciendo quiebres conceptuales en relación con la noticia, su tratamiento y el análisis que se hace de ella.

Los proyectos estratégicos necesitan la generación de consenso en la opinión pública. De este modo, los medios son fundamentales para construir-

lo e instalarlo en la sociedad. Las técnicas periodísticas más clásicas, que separan la información de la opinión, se manifiestan obsoletas para entender la complejidad de este fenómeno. Sin embargo, una mirada sobre los textos fundacionales expresa que en nuestra tradición, esa separación nunca fue tal.

Las técnicas de infoentretenimiento, narrativización y espectacularización de las noticias generan consumos masivos en las audiencias. Sin embargo, el aporte informacional que de ellas resulta suele ser insuficiente para la comprensión que los nuevos procesos históricos requieren. A pesar de esto, y de los análisis que expresan la consolidación de la categoría noticia como constructo a partir de la hegemonía de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el caso argentino da cuenta que dichos procedimientos pueden rastrearse, de manera recurrente, dentro de los textos más importantes que conforman el canon periodístico de la Argentina.

Con este contexto, las coberturas del primer conflicto bélico del siglo XXI ponen de manifiesto que los elementos que se aportan en la prensa suelen no alcanzar para entender la complejidad de los acontecimientos. Sin embargo, la superficialidad es un rasgo constitutivo de los discursos periodísticos<sup>1</sup>. Y la invención, en el caso del periodismo argentino, es una marca canónica que lo

distingue -casi- desde sus orígenes.

Con la iniciación de una guerra, lo que se pone en juego en el ámbito de la producción de discursos periodísticos son intereses esenciales, económicos y políticos, que justifican el estado de excepción en todos los órdenes. Las manifestaciones discursivas también participan de un paréntesis regulatorio y las voces confluyen, sobre la opinión pública, para sostener o deleznar las acciones de uno u otro bando. Es a partir de esta excepcionalidad, que se incrementa la responsabilidad de los productores periodísticos: un error informativo puede sumirlos en una crisis de credibilidad. Si esto ocurre, lo que se afecta directamente son sus intereses económicos.

A pesar de todo esto, las estrategias mediáticas para abordar las guerras se identifican con los momentos histórico-políticos en los que ellas se inscriben. Para ilustrar esta afirmación, seguimos a Marcelo Jellén:

"Cecilia Bolocco, una miss mundo que nació en Chile, fue una de las encargadas de declarar en 1991 el comienzo de la Guerra del Golfo. Conducía junto al periodista uruguayo Jorge Gestoso el informativo en español de la Cable News Network (CNN) cuando cayeron las primeras bombas sobre Bagdad. Durante los días siguientes, el mundo vio en las pantallas luces borrosas que, a no ser por el relato del perio-

1 Luchessi, Lila y Cetkovich, Gabriel. *Manuales de periodismo. Tribunales de doctrina*. En Causas y Azares Nº6. Buenos Aires. Primavera de 1997. Pp. 179 - 182

dista Bernard Shaw, podrían haber pasado por fuegos artificiales navideños. Los muertos se vieron después de la guerra”<sup>2</sup>.

Los comienzos de los años 90 marcan el auge de las nuevas formas de producir cultura. La supremacía de la imagen sobre todo el resto de las expresiones lleva a la adopción de los juegos espectaculares al centro de la expresión social. Se impone entre productores y analistas que, efectivamente, una imagen vale más que mil palabras y es a partir de allí que el impacto domina las prácticas comunicacionales mass-mediatizadas. La televisión marca los ritmos de las agendas y se sobrestima el espectáculo frente al dato, la imagen frente al análisis. No obstante, un estudio exhaustivo de las prácticas relacionadas con la cobertura de los estados de excepción muestra las invariantes ligadas a los intereses geopolíticos defendidos por los medios, no ya como narradores de sucesos sino ahora -definitivamente-, constituidos como “aparato ideológico al servicio de las clases dominantes”<sup>3</sup>.

Según Vázquez Montalbán, esta postura de los medios se inicia con el siglo XIX, cuando la prensa empieza a pensarse como un nuevo mercado. En 1810, a trece días de la Revolución de Mayo, la Junta lanza su primer medio de difusión. En el editorial de lanzamiento de *La Gazeta de Buenos Ayres*, el 7 de junio de ese año, Mariano Moreno escribe lo que

signará la actividad periodística hasta nuestros días: “Cuando el Congreso General necesita un conocimiento del plan de gobierno que la Junta Provisional ha guardado, no huirán sus vocales de darlo, y su franqueza desterrará toda sospecha de que se hacen necesarias o temen ser conocidos, pero es más digno de su representación, fiar a la opinión pública la defensa de sus procedimientos y que cuando todos van a *tener parte en la decisión de su suerte, nadie ignore aquellos principios políticos que deben reglar su resolución*”<sup>4</sup>. La transparencia de los principios políticos del medio no puede hallarse en todos los casos de la historia. Sin embargo, nadie ignora aquellos fundamentos que regulan, en cada caso, las reglas de “resolución”.

En 1991, la posibilidad de recepción global de la información ya era un hecho. Ni esta instantaneidad ni la nueva estética mediática -que impone los planos generales de estallidos lejanos exhibidos como video games- rompen con la recurrencia en las prácticas de la prensa burguesa. Lo que cambian no son los procedimientos sino la representación que se hace de los sucesos. Gilles Lipovetsky expresa en su análisis sobre los años incipientes de la posmodernidad: “Curiosamente la representa-

ción de la violencia es tanto más exacerbada cuando disminuye de hecho en la sociedad civil”<sup>5</sup>. Allí se refiere a los consumos de “violencia hiperrealista” mientras las nuevas prácticas culturales sostienen una atomización, un encierro, una falta de interacción. En esta clave, puede entenderse que las comunicaciones del horror no se presentaran horrosas. “De este modo, -señala Lipovetsky- la sociedad *cool* corre paralela con el estilo *hard*, con el espectáculo ficticio de una violencia hiperrealista. No se puede explicar esa pornografía de lo atroz a partir de alguna necesidad sádica rechazada por nuestras sociedades tamizadas; más vale regis-

2 Jelén, Marcelo. *Traficantes de realidad*. Montevideo. Edición del autor. 1997. Pp. 113

3 Vázquez Montalbán, Manuel. Barcelona. Crítica. 1997. Pp. 132

4 N. de la A: el destacado es nuestro.

5 Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío*. Barcelona. Anagrama. 1986. Pp. 205

trar la radicalidad de las representaciones convertidas en autónomas y, en consecuencia, destinadas a un puro proceso maximalista. La forma *hard* no expresa una pulsión, no compensa una carencia, como tampoco describe la naturaleza intrínseca de la violencia posmoderna; cuando ya no hay un código moral para transgredir, queda la huida hacia adelante, la espiral extremista, el refinamiento del detalle por el detalle, el hiperrealismo de la violencia, sin otro objetivo que la estupefacción y las sensaciones instantáneas”<sup>6</sup>.

En el mismo sentido, Jesús González Requena afirma: “Hoy los discursos informativos de actualidad se generan en el interior de los medios -las televisiones de todo el mundo- no específicamente informativos

*La sociedad  
cool corre  
paralela con  
el estilo  
hard, con el  
espectáculo  
ficticio de una  
violencia  
hiperrealista*

sino, bien por el contrario, que se afirman como esencialmente espectaculares. El discurso televisivo dominante -en cuyo interior, y como uno de sus subgéneros, se inscriben los discursos informativos de mayor difusión- interpela a los individuos no como sujetos sociales, sino como espectadores, no como quienes podrían utilizar la información recibida como instrumento para su intervención en algún espacio social, sino como aquellos que, aislados de todo espacio social, encerrados en su sala de estar, hundidos en el confort de su tresillo, contemplan el incesante espectáculo del mundo, del cuerpo fragmentado del mundo”<sup>7</sup>.

En el caso de la Guerra del Golfo, “los muertos se vieron después” justamente porque en aquella sociedad construida sobre principios fragmentarios y supuestamente pacifistas, los muertos, las bombas y la destrucción fueron efectivamente reales.

Narrar, construir, inventar

En el caso de la invasión a Irak -2003-, quedó de manifiesto que los centros del poder que desoyeron a los organismos internacionales para no llegar al enfrentamiento, dieron batalla también dentro de las industrias culturales. La articulación

de los datos con la opinión sobre ellos, la utilización de estrategias de propaganda, la mirada impresionista sobre los cuerpos y la destrucción, y el directo ejercicio de la censura se llevaron a cabo sin demasiada elegancia. Las crónicas provenientes de los países en conflicto contuvieron una información de calidad inferior a la que podía extraerse de la producida en lugares alejados. La posibilidad de estos últimos de confrontar las fuentes de los países invasores con la cadena *Al Jazeera*, además de los que contaron con las presencias de enviados propios -cuyas miradas tuvieron el sesgo del medio y el país de procedencia- dio lugar a un espacio mayor para el contexto. Las lecturas y los análisis que se pudieron aportar, sin el compromiso vinculado con los intereses nacionales, fueron más ricos en los casos de quienes no participaron activamente de los ataques. Sin embargo, la necesidad de serialización y la imposibilidad -en algunos casos- de contar con enviados en el lugar de los hechos permitió una construcción -más o menos verosímil- de la primera guerra del siglo XXI.

En la Argentina, sólo un medio tuvo un corresponsal en Bagdad<sup>8</sup>. En tanto, los otros estuvieron en zona sin participar de los sucesos. Aún así, dos profesionales que trabajaban para

6 Ibidem.

7 González Requena, Jesús. *El espectáculo informativo*. Madrid. Akal. 1989. Pp. 80

8 Solo el diario *Clarín* de Buenos Aires envió a un periodista a la capital iraquí. Gustavo Sierra, quien mandó cotidianamente sus reportes, se hospedó en el Hotel Palestina, sitio en el que se encontraban los corresponsales de todo el mundo para cubrir los sucesos bélicos. Las fuerzas aliadas en contra del régimen de Saddam Hussein atacaron este hotel como demostración de que el ejercicio de la hegemonía no solamente se da en la lucha por los intereses económicos, en este caso el petróleo, sino también por el consenso que puede construirse desde la prensa.

*América Televisión* fueron muertos en una ruta cuando la transitaban -a alta velocidad- para evitar los ataques de francotiradores. No obstante, lo más llamativo fue la historia del periodista que narró los acontecimientos sin viajar y puso en evidencia la invariante de "invención", que no se homologa a la de construcción, tan consensuada por estos tiempos.

Decimos que no hay homologación entre ambas categorías porque coincidimos con Stella Martini en el siguiente recorte: "La tarea de construcción de los acontecimientos para la socialización y la constitución de la opinión pública implica un alto grado de responsabilidad por la capacidad de alcan-

ce y naturalización de los discursos massmediáticos<sup>9</sup>".

Allí, Martini habla de construir sobre un acontecimiento real y, además, de la responsabilidad que los productores periodísticos deben poner en juego para mantener equilibrado el índice de credibilidad que les otorga la opinión pública. En el mismo sentido, Mar de Fontcuberta diferencia entre el anclaje de los discursos que se construyen, pero se basan en sucesos existentes y los acontecimientos que no suceden. De Fontcuberta plantea que las noticias inventadas son sólo un tipo dentro de lo que puede denominarse no acontecimiento. En primera instancia define a los no acontecimientos como "la construcción, producción y difusión de noticias a partir de hechos no sucedidos o que suponen una no información en el sentido periodístico"<sup>10</sup>. Para especificar acerca de la categoría invención de noticias, la autora señala:

"La noticia inventada no implica que sea el medio el que inventa, pero puede hacerse transmisor de versiones filtra-

das y, por lo tanto, interesadas, de un determinado hecho"<sup>11</sup>.

A los efectos de nuestro trabajo, utilizaremos el concepto de Mar de Fontcuberta, pero no en relación con la inexistencia de la guerra, dado que fue un acontecimiento real, sino de otro aspecto del no acontecimiento: el periodista ausente en el lugar de los hechos construyendo un relato verosímil a pesar de no estar allí.

Con este objetivo estudiaremos la categoría de invención en periodismo y analizaremos el caso del periodista que no fue. También observaremos sus antecedentes en la historia del periodismo en la Argentina y el modo en que los no acontecimientos se resignifican a partir de la inclusión de la construcción como elemento central de la narración informativa.

### El periodista que no fue

Según se relata en la publicación electrónica *Diario sobre Diarios*, del 5 de mayo de 2003, el incidente del periodista Jorge Zicolillo y la revista *TXT*, que terminó en los estrados judiciales con el colaborador acusado de fraude por la empresa, podría homologarse al cuento infantil del pastorcito mentiroso. El periodista, ave-

9 Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires. Norma. 2000. Pp. 19

10 de Fontcuberta, Mar. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona. Paidós Ibérica. 1995. Pp. 26

11 Ib. Pp. 31

zados en técnicas que permiten a la opinión pública consumir producciones editoriales, puso en juego un entramado cotidiano en la factura de noticias, pero cambiando de audiencia. La dramatización, que en este caso sólo llegó una vez al público de la revista, fue pensada para atraer, entretener y defraudar a los editores. El caso, que se tramita en los tribunales porteños, puede resumirse del siguiente modo:

La revista *TXT* comenzó a salir el 21 de marzo de 2003. Se especializa en temas de política y economía y su director es Adolfo Castello.

A principios de febrero, su editor de política recibió una propuesta de notas de Jorge Zicolillo, periodista de trayectoria. Dados los temas planteados por Zicolillo, el material fue derivado al editor de internacionales quien, unos días más tarde, tomaría conocimiento del viaje que el periodista realizaría a Bagdad para cubrir la inminente invasión de los Estados Unidos y Gran Bretaña a Irak. Zicolillo les dijo que iría contratado por dos medios franceses: *L'Express* y el diario *Le Monde*. Interesados en sus envíos, los responsables de la publicación argentina se reunieron con el periodista para puntualizarle los lineamientos de la nueva revista y acordar los envíos, honorarios y formas de pago, que se efectivizarían en Buenos Aires, contra la entrega de las facturas que llevaría la esposa del periodista.

También les dijo que se comunicaría con la redacción vía correo electrónico, ya que los medios franceses tenían las

pinchaduras telefónicas y las consecuencias que pudiese sufrir a causa de sus dichos.

El 3 de marzo, tal cual habían convenido, Zicolillo envió sus primeras notas. En ellas pueden leerse testimonios de personas comunes, imposibles de chequear desde Buenos Aires, y una impresión de la idiosincrasia del país días antes de los primeros ataques. Si bien era lo convenido por los editores con el periodista, los primeros informes del enviado de *Clarín* (único periodista argentino en el teatro de operaciones) hicieron desconfiar a los responsables de *TXT* de la veracidad de las notas de Zicolillo. La frase "único medio en Bagdad", que encabezaba las coberturas de Gustavo Sierra, generó sospecha en los editores, quienes comenzaron una serie de averiguaciones acerca de la presencia en Irak de su supuesto enviado.

Zicolillo les había expresado que residiría en el Hotel Palestina, sitio en el que se concentró toda la prensa internacional. La pregunta que les generó a sus editores fue ¿cómo podía Gustavo Sierra no reconocer a un colega argentino si solamente eran dos quienes estaban allí? Las respuestas de Zicolillo parecían seguras:

les decía que Sierra era un novato y que tal vez no lo conociera. Además, a pesar de sus diez años de trabajo en el diario *Clarín* él jamás lo había visto.

Sin creerle, los editores comenzaron a rastrear los medios en los que el periodista decía estar escribiendo. Allí se encontraron con que el corresponsal de *L'Express* fue Vicent Hugué y por *Le Monde* estuvo Remy Ourdan. Al mismo tiempo, las producciones radiales y televisivas de Jorge Lanata y Adolfo Castello quisieron contactarlo sin éxito para sus envíos. Zicolillo respondió que no quería trabajar para ellos. Además la consulta con Cristine Legrand, quien es corresponsal en Buenos Aires del diario *Le Monde* desde los años noventa, los llevó a confirmar las sospechas: Ella no lo conocía

como tampoco los otros corresponsales franceses acreditados en la Argentina.

Con la primera publicación en la calle, le pidieron que enviara una fotografía suya con el fondo de Bagdad. De ese modo, el medio le daría mayor relevancia a la cobertura. Les prometió diez fotos pero sólo mandó la nota y renuncia. Con la certeza del fraude, levantaron la nota y lo denunciaron por presunta estafa contra la empresa Capital Intelectual, en el primer caso judicial de estas características en el país. Según *Diario sobre Diarios*, los responsables de TXT expresaron en la justicia, tal como leyeron en el expediente: "Aunque no podemos criticar este tipo de material, porque fue así como lo acordamos, también es cierto que con tanta información llegando desde Irak a través de diversos medios de comunicación nacionales e internacionales, cualquier periodista con oficio podría hacer las notas que recibimos sin siquiera salir de su casa en Buenos Aires".

Un mes más tarde, Zicolillo se comunicó con los editores para ver cómo tenía que hacer para cobrar.

### Prensa argentina: la cultura de la invención

Cualquier periodista de experiencia puede hacer correctamente las notas que envió Zicolillo. También construir otros relatos en los que el objetivo no sea la información. Es que

desde la imposición de los cruces del periodismo con el entretenimiento, las variables que se manejan apuntan a impactar en los sentidos, a conmover, a llegar con géneros que no son los puramente informativos a la opinión pública.

"Nos encontramos aquí de nuevo con el cinismo de los diarios y de las televisiones, que por una parte ponen en peligro la vida de sus reporteros y por otra 'normalizan' los acontecimientos incluyéndolos dentro de los recuadros de las noticias normales"<sup>12</sup>. El consumo de ese tipo de información se relaciona con los que se hacen de la ficción. Y si retomamos la idea de Lipovestky, ante la crueldad de los ataques, el corrimiento de los relatos hacia la experiencia personal del cronista, que sobrevive a la destrucción que provoca la maquinaria bélica, suaviza el efecto del horror real. Las conclusiones que se obtienen de ellos suelen ser superficiales e incompletas.

Si seguimos a Miguel Wiñazki, podemos encontrar alguna pista para pensar por qué los relatos verosímiles son factibles de leerse como verdaderos aunque disten, desde sus objetivos, de los principios elementales de los discursos periodísticos: "El entretenimiento, además, se propone des-

responsabilizar a los individuos, no solo estimulando el infantilismo, sino induciéndolos a mitigar sus inquietudes en función de una arcaica *vis destruens*, profesada casi en el uso terapéutico de sustancias alucinógenas. La desresponsabilización general se identifica con la responsabilidad colectiva, que no admite ninguna diferencia entre quien rompe las reglas del juego y quien trata de modificarlas para adecuarlas mejor a los cambios sociales"<sup>13</sup>.

La lógica de la invención, que produce rupturas con el fin periodístico de la información, es el sustento para la construcción verosímil de relatos sobre lo no acontecido. La primacía de la construcción sin anclaje produce esa indiferenciación de la que Wiñazki habla. Sin embargo, cuando existe un mínimo de involucramiento de la sociedad en los temas que le conciernen, el anclaje se vuelve fundamental dejando lugar a la construcción. Es que la invención solo es viable cuando la atomización, la desinformación y la apatía son fuertes. La canonización de ciertos textos -cuyos objetivos se vincularon con propósitos políticos pero se presentaron como relatos periodísticos serializados- plantea una cultura de consumo de verosímiles, sin que la verdad ten-

12 Marcel Ophuls, citado en Colombo, Furio. *Últimas noticias sobre el periodismo*. Barcelona. Anagrama. 1997. Pp. 133

13 Wiñazki, Miguel. *El viaje de la escritura. El periodismo y el condicionamiento social*. En Wiñazki, Miguel y Campa, Ricardo. *Periodismo: Ficción y realidad*. Buenos Aires. Biblos. 1995. Pp. 105

ga una mayor importancia. Sin embargo, una vez contruidos los mitos fundacionales- no sin poca sangre y batallas reales- el anclaje en lo existente se hace más eficaz.

Por otra parte, el nuevo cruce de la invención al servicio del entretenimiento de las audiencias genera una irresponsabilidad en éstas que ya no se auto-perciben como integrantes de la ciudadanía, sino como consumidoras de ficciones serializadas. Si bien el fenómeno a escala global comienza con la idea de globalización, la cultura local tiene ejemplos sustanciales de construcción de verosímiles fundados -básicamente- sobre intenciones políticas.

En 1845, Domingo Faustino Sarmiento advierte a sus lectores lo siguiente: "Después de terminada la publicación de esta obra, he recibido de varios amigos rectificaciones de

varios hechos referidos en ella. Algunas inexactitudes han debido necesariamente escaparse en un trabajo hecho de prisa, lejos del teatro de los acontecimientos y sobre un asunto del que no se había escrito nada hasta el presente. Al coordinar entre sí sucesos que han tenido lugar en distintas y remotas provincias, y en épocas diversas, consultando a un testigo ocular sobre un punto, registrando manuscritos formados a la ligera, o apelando a las propias reminiscencias, no es extraño que de vez en cuando el lector argentino eche de menos algo que él conoce, o disienta en cuanto a algún nombre propio, una fecha, cambiados o puestos fuera de lugar"<sup>14</sup>. Aparece en este párrafo una declaración de lo que siempre ocurre en el tratamiento periodístico de los temas. La celeridad con la que

deben tratarse los temas, la inmediatez que requiere la periodicidad de la publicación, dejan lugar a las inexactitudes que -más tarde- serán subsanadas por la historia. Sin embargo, si bien puede leerse allí la posibilidad de la utilización de datos erróneos para sostener el discurso periodístico, la premura, en ese caso, se asocia con la voluntad política de destruir al enemigo. En este sentido, Osvaldo Baigorria y Mónica Swarinsky analizan el contexto de publicación de la obra y sus efectos en el canon periodístico y literario en la Argentina:

"Desde su aparición, *Facundo* es deseado como un texto militante, cuya potencia deberá incidir directa y velozmente en los acontecimientos sociales. Su autor arremete con violencia sobre el relato, con procedimientos y tramas narrativas muy va-

*Hoy los discursos informativos  
de actualidad se generan  
en el interior de los  
medios -las televisiones de todo el  
mundo- no específicamente  
informativos sino, bien  
por el contrario, que  
se afirman como  
esencialmente espectaculares.*

---

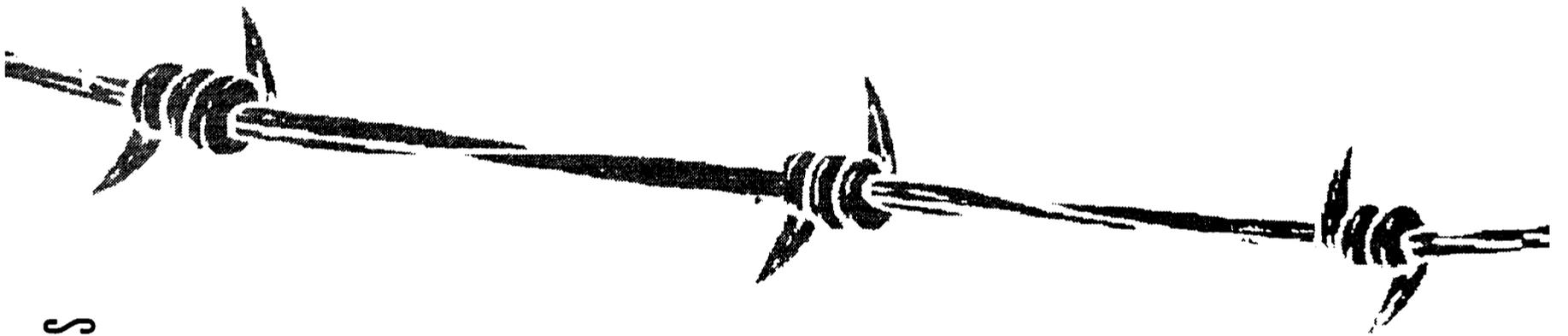
14 Sarmiento, Domingo Faustino. *Facundo. Civilización o Barbarie*. Buenos Aires. Bourreau editor. 1999. Pp. 13

riadas, expresiones abruptas, una sintaxis briosa e incluso con suturas visibles -gruesas- entre las secuencias. El terreno de este texto es pedregoso y coexisten amontonadas muchas de las geografías discursivas de la época. La facundia de Sarmiento, la afluencia de su voz, es producto de un talento, de una necesidad de decir y de un devenir histórico<sup>15</sup>. Los autores agregan: "Nuestra impresión es que Sarmiento es perseguido en Facundo por la obsesión de producir un montaje veraz para generar un mundo cerrado, redondo, total. En otras palabras, por la obsesión de construir un verosímil. El texto se va autogestando como una máquina de veracidad que reproduce una amplia gama de búsquedas del discursivo: el ensayo sociopolítico, la definición enciclopédica, la anécdota, los puentes de la intertextualidad, las rupturas de isotopía estilística en lenguas extranjeras, los enunciados referidos y otros. Todo esto, escrito con premura periodística, velozmente, como una obra hecha para 'alcanzar al tiempo' (Marcos Mayer) para ser publicada de inmediato en función de la urgencia que reclama el tiempo político"<sup>16</sup>. Hacia la misma época, Bartolomé Mitre señalaba en el número inaugural de *Los Debates*, en 1852, "Alsina, en Montevideo, y Sarmiento, en Chile, capacidades viriles templadas en el infortunio, subieron valientemente a la tribuna ensangrentada del periodismo"<sup>17</sup>. Más tarde, José María Gutiérrez, en el último editorial de *Nación Argentina*, del 31 de diciembre de 1869, expresaría: "Nación Argentina se retira con la satisfacción de decir que la bandera que levantamos en nuestras manos no ha sido arriada mientras se mantuvo en ellas (...) completada la tarea del afianzamiento de nuestras instituciones, viene *La Nación* a defenderlas y a velar por ellas". Queda aquí explícito que, dentro de las lógicas de confrontación que, según Sarmiento debían darse "con la espada, con la pluma y la palabra", la utilización de los medios no se hizo para informar a los ciudadanos de la joven nación acerca de sus derechos y obligaciones dentro de una institucionalidad concreta. Se los usó para acabar

so: el ensayo sociopolítico, la definición enciclopédica, la anécdota, los puentes de la intertextualidad, las rupturas de isotopía estilística en lenguas extranjeras, los enunciados referidos y otros. Todo esto, escrito con premura periodística, velozmente, como una obra hecha para 'alcanzar al tiempo' (Marcos Mayer) para ser publicada de inmediato en función de la urgencia que reclama el tiempo político"<sup>16</sup>.

Hacia la misma época, Bartolomé Mitre señalaba en el número inaugural de *Los Debates*, en 1852, "Alsina, en Montevideo, y Sarmiento, en Chile, capacidades viriles templadas en el infortunio, subieron valientemente a la tribuna ensangrentada del periodismo"<sup>17</sup>. Más tarde, José María Gutié-

rez, en el último editorial de *Nación Argentina*, del 31 de diciembre de 1869, expresaría: "Nación Argentina se retira con la satisfacción de decir que la bandera que levantamos en nuestras manos no ha sido arriada mientras se mantuvo en ellas (...) completada la tarea del afianzamiento de nuestras instituciones, viene *La Nación* a defenderlas y a velar por ellas". Queda aquí explícito que, dentro de las lógicas de confrontación que, según Sarmiento debían darse "con la espada, con la pluma y la palabra", la utilización de los medios no se hizo para informar a los ciudadanos de la joven nación acerca de sus derechos y obligaciones dentro de una institucionalidad concreta. Se los usó para acabar



15 Baigorria, Osvaldo y Swarinsky, Mónica. *Medios bárbaros*. Ponencia en la VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Córdoba. RNIC y UNC. 2002.

16 Ib.

17 Mitre, Bartolomé. *Los Debates*, N° 1. Citado en *La Nación. Manual de Estilo y Ética Periodística*. Buenos Aires. Espasa. 1997. Pp. 88.

con esa institucionalidad e imponer -por cualquier vía- la que se creía más conveniente. Es que la prensa concebida como herramienta fundamental para la consecución de proyectos políticos signó la historia de las publicaciones en el país. En el editorial inicial del diario *La Nación*, del 4 de enero de 1870, cuyo título fue Nuevos Horizontes, se expresa claramente: "*La Nación Argentina* fue un puesto de combate, *La Nación* será una tribuna de doctrina. *El combate ha terminado y estamos triunfantes y los principios en torno de los cuales se trabó son ya comunes a todos los hombres*<sup>18</sup>, de suerte que la discusión por la prensa cambia de teatro y de medios".

Para lograr el "triunfo" se trabajó tanto en los campos de batalla cuanto en la construcción de consenso. La creación de los mitos fundacionales constituye la base para los usos invariantes de la invención, la dramatización y la utilización del no acontecimiento con fines políticos.

La iniciación de "la historia", sesgada por los proyectos de futuro y progreso y anclada en violentos enfrentamientos, fue una estrategia elemental para la superación de los obstáculos y se cimentó tanto en los campos de batalla, cuanto en las páginas de los periódicos, que fueron indispensables para sustentar los métodos hegemónicos de la época.

Sin embargo, a pesar de la utilización de las mismas estrategias para la construcción de verosímiles periodísticos, en la actualidad, los objetivos proyectuales se vinculan con el

sostenimiento de finalidades funcionales a la lógica del mercado y no con la construcción de categorías identitarias sustentadas en el concepto de Nación. Por tanto, la obsesión sarmientina o mitrista -que puede funcionar como antecedente de la invención que se mantiene a principios de este siglo y finales del anterior- no se expresa en los productos periodísticos, nacidos bajo la órbita del mercado. Si bien los actuales utilizan procedimientos similares para conseguir objetivos políticos y económicos, además de incorporar tecnologías que hacen que el verosímil funcione relacionado con la lógica de la imagen, el nuevo resultado puede hundir sus raíces a través de un nuevo componente: el uso de la invención con el objetivo del cinismo. Si bien las notas de Ziccolillo fueron verosímiles, su ausencia en el lugar puso en duda las formas de producción periodística y, por supuesto, la credibilidad del medio. Si bien el caso ejemplifica la definición de De Fontcuberta sobre las noticias inventadas, el fin del periodista no es defender las lógicas hegemónicas, sino utilizarlas para su propio beneficio.

### Los datos se vuelven argumentos y éstos cobran fuerza documental

En relación con la invasión a Irak, las comisiones de las Naciones Unidas que inspeccionaron a ese país no detecta-

ron armas químicas. La relación entre la cantidad de muertos de uno y otro bando tampoco da cuenta del poderío militar del régimen de Saddam. La precariedad de los sistemas de salud y la preparación de los adeptos al líder iraquí, con vetustas ametralladoras y viejas ropas de fajina, plantean una fuerte desigualdad entre las partes en conflicto. Sin embargo, la invención del "monstruo" se sostiene sobre la afirmación y reiteración de datos erróneos que van desde la tenencia de peligroso equipamiento bélico, hasta la necesidad popular de la instauración de la democracia, al estilo occidental, con fuerte sustento en el mercado globalizado.

La triunfante imposición de la razón instrumental, que supuso que la estadística podía ser un elemento argumentativo no comprueba en ningún sentido. Las acciones concretas -que suponían el beneficio de las mayorías excluidas- resultaron inversas para esos mismos grupos. Los años de apatía y atomización, generados por una cultura individualista y negadora de la solidaridad y la interacción entre los grupos sociales, la discriminación -producto de los temores a la propia exclusión- no tuvieron las consecuencias prometidas desde las páginas de los medios. La falta de anclaje de los discursos, que no producen construcción sino que exacerbaban la invención, genera una apatía cada vez mayor. La creciente desconfianza en los medios de información, hace que las au-

---

18 N. de la A: el subrayado es nuestro

diencias los perciban como integrantes interesados de proyectos lejanos a los que les son propios.

La inclusión en la agenda global del cuidado de los pozos petroleros, como símbolos de la civilización y del progreso, dentro del discurso oficial del George W. Bush y la defensa de este argumento esgrimida por intelectuales y analistas en la cadena CNN en Inglés tuvo un efecto boomerag. Es que ya no se estaban transparentando principios para comprender la regulación de las nuevas prácticas bélicas sino, más bien, la evidencia del fin económico de la invasión.

En un artículo publicado en *Página/12*, acerca de la cobertura mediática de la primera guerra del siglo XXI, Sergio Wolf ejemplificó con una anécdota los efectos de una comunicación cuyo anclaje no condice con los sucesos verdaderos. "Una de las cosas más extraordinarias que yo vi fue en la cancha, en un partido entre Colón y Unión. La hinchada de Colón colgó una bandera que decía: 'Bush, en la cancha de Unión hay petróleo'. Era la popular de la hinchada de Colón, no era el Teatro Colón, y había una conciencia absoluta de la esencia de la guerra"<sup>19</sup>.

### El rol del periodista

Las conexiones entre los medios, los periodistas y las audiencias son mucho más complejas de lo que puede advertirse a simple vista. Además, las situaciones de crisis refuerzan la complejidad en la medida en que los interlocutores se entremezclan, generando un panorama confuso no solo para los consumidores sino, también, para los productores de información. Si bien los medios y los periodistas establecen relaciones de credibilidad con sus públicos, las que mantienen entre ellos se ven atravesadas por los contactos, entrecruzamientos, intereses y compromisos con las fuentes. Además, en el caso

de las coberturas internacionales, las fuentes para los medios que no se encuentran en el lugar de los hechos son, por supuesto, otros medios. La doble relación competencia-clientelismo informativo genera contradicción y un crecimiento exponencial de la superficialidad y vanalización en el tratamiento de la información.

En la actualidad, simultáneamente, la adhesión a proyectos hegemónicos excede -en muchos casos- la propuesta argumentativa de un discurso estratégico vinculado con la construcción de un colectivo nacional. En la mayoría de las situaciones, la composición accionaria de las empresas que gerencian los servicios de información hace que las argumentaciones tiendan a equipararse con las de las cadenas internacionales de comunicación. La supuesta homologación de los valores, costumbres y culturas hace que los formatos sean cada vez más homogéneos. La idea del periodista intelectual queda sólo para las grandes firmas de los artículos de opinión, sobre todo en la prensa gráfica. Sin embargo, la producción estandarizada de noticias, que normaliza los fenómenos anormales que acontecen cotidianamente dentro del suceder de un mundo en crisis, hace que la mayoría de los profesionales pierdan, según Furlo Colombo, "los recursos lógicos,

19 Gorodischer, Julián. "Ahora existen más fuentes de información". En *Página/12*. Buenos Aires, 29 de Marzo de 2003.

racionales e intelectuales, incluidos la conciencia histórica y la política”<sup>20</sup>.

En este contexto: “La distancia crítica, entonces, cae en la trampa obsolescente de creer en la reforma lingüística del discurso periodístico, de diagnosticar un problema de formación y reclamar un pasado épico como soluciones. (...) La operación del periodismo es más exultante, invisible y poderosa, sencillamente no dice nada, no tiene nada que decir”<sup>21</sup>. Es que la fragmentación no solo alcanza a los tipos de públicos a los que se apunta sino, también, a los profesionales mismos. La rutinización de las prácticas periodísticas dentro una cadena de producción industrial hace que Ignacio Ramonet se plantee la innecesidad de profesionales para la producción de las noticias. “El sistema informacional ya no les quiere. Hoy puede funcionar sin periodistas o, digamos, con periodistas reducidos al estadio de un obrero en cadena, como Charlot en *Tiempos Modernos*”<sup>22</sup>. La contracara de esta postura es la del periodista como especialista. En ese caso, el conocimiento técnico y la cercanía con la fuente hace que internalice sus códigos, puntos de vista, razonamientos. En este sentido, la lógica que se impone es la del medio frente a un profesional sin condiciones pa-

ra reflexionar sobre sus propias prácticas ni sobre los sucesos. La responsabilidad del periodista sobre su propio producto es innegable. Aún así, existe también una necesidad psicológica de negar aquellas condiciones que le resultan adversas y -básicamente- no logra comprender.

Si bien esta discusión estuvo instalada en otros momentos, la diferencia sustancial entre el periodista que a partir de su propia subjetividad utilizaba la estrategia de la invención para sostener los relatos publicados en los medios -para contribuir a la construcción de consensos políticos- y el que sólo cuenta con datos sueltos para construir relatos operacionales a un mundo al que no pertenece, es la posibilidad de comprender los sucesos y no despojarse de su propia subjetividad. Las ironías de Roberto Arlt, acerca de la profesión y los profesionales, parecen estar escritas en relación con las condiciones actuales: “Para ser periodista. 1ª condición: Ser un perfecto desvergonzado, 2ª condición: Saber apenas leer y escribir. 3ª condición: Una audacia a toda prueba y una incompetencia asombrosa. Eso le permite ocuparse de cualquier asunto, aunque no lo conozca ni por las tapas”<sup>23</sup>.

Pero, ¿es tan extrema la imposibilidad de informar con auto-

nomía para que la ciudadanía tenga herramientas de comprensión sobre los acontecimientos que le afectan de modo directo?

¿Son las construcciones de verosímiles una herramienta capaz de quebrar con la categoría de invención? O, acaso, ¿no es la invención funcional a la ruptura de las lógicas fragmentarias?

Si se tiene en cuenta la tensión entre las empresas, los profesionales y los públicos, las respuestas a las preguntas que anteceden pueden concretarse sólo en función de cómo se equilibren los vértices de ese triángulo. Obviamente, no es sencillo doblegar a la hegemonía, y los medios son constitutivos de ella. Tampoco es sencillo lograr la credibilidad de las audiencias alejados de los intereses y los consumos que expresan en sus prácticas

20 Colombo, F. Op. Cit. Pp. 136

21 Ossa, Carlos. *El paisaje mórbido. En Comunicación y Medios*. Universidad de Chile. FCS. Revista del Departamento de Investigaciones mediáticas y de la Comunicación. Escuela de Periodismo. Santiago. Año 12. Nº 12. Pp. 61

22 Ramonet, Ignacio. *La tiranía de la comunicación*. Madrid. Debate. 1998. Pp. 47

23 Arlt, Roberto. *Aguafuertes porteñas*. Cultura y Política. Buenos Aires. Losada. 1994. Pp. 41. N. de la A: el texto fue originalmente publicado en 1929 en el diario El Mundo de Buenos Aires.

cotidianas. Sin embargo, el profesional, como enunciador para ambos públicos (la empresa que contrata sus servicios y la audiencia que consume sus productos) tiene una posibilidad mayor que la que le asigna Ramonet para no ser un mero transmisor de datos descontextualizados o impresiones personales que no aportan para entender los fenómenos complejos.

A diferencia del planteo de Fontcuberta, cuando dice que no siempre los medios tienen responsabilidad en las filtraciones que constituyen las noticias inventadas, es fundamental analizar la acción de los periodistas, que por su pertenencia e identificación con las líneas editoriales en las que se insertan, suelen construir relatos que superan los límites del fundamentalismo de la política editorial.

En este contexto, el "invento" de Zicolillo es casi un juego de niños: pone de manifiesto que la mimesis con la lógica de los medios, asentada en una larga tradición editorial en el país, puede ser perjudicial para ellos mismos. Que la construcción impresionista no requiere de la presencia del periodista en el lugar de los hechos y, si se hace uso de la categoría histórica de la invención, ni siquiera que esos hechos efectivamente sean reales. La construcción lúdica de un estar donde no se está, hunde sus raíces en la más antigua tradición de la prensa argentina. Sin embargo, los efectos de credibilidad so-

bre el medio son, tal vez, mucho más graves. El pacto de credibilidad, que no implica un relato verdadero de los hechos, puede quebrarse aún por este tipo de anécdotas. La responsabilidad de los medios no es la de objetivar sus condiciones subjetivas. Ni la de los periodistas desembarazarse de las políticas editoriales. Ambas partes de la emisión requieren de una posibilidad mayor de contextualización para aportar elementos a las audiencias. A pesar de esto, estas también son responsables de consumir los discursos periodísticos con una actitud de espectadores de ficción.

Informar, construir,  
inventar

La tradición de la prensa argentina no se basa en la información. Si bien Moreno hablaba,

*Alsina, en Montevideo,  
y Sarmiento, en Chile,  
capacidades viriles  
templadas en el infortunio,  
subieron valientemente  
a la tribuna ensangrentada  
del periodismo*

en su primera editorial de *La Gazeta* de la necesidad de transparentar las acciones de la Junta, queda claro que el objetivo último era consensuar las ideas que ella proclamaba. En relación con la furia anti-rosista de Sarmiento, el uso de constructos e invenciones estaba justificado, desde la "advertencia", por la premura de ganar la batalla política. Tales son los

casos de Gutierrez, Mitre y los sucesores del diario más antiguo de la Argentina. Las tribunas de doctrina son centrales para la consecución y afianzamiento de objetivos proyectuales en relación con la política en primera instancia y la economía, en tiempos de supremacía del economicismo como soporte de todas las tácticas que se desarrollan desde el poder.

Sin embargo, está visto que la información como valor absoluto para la práctica del periodismo no conduce a ciudadanías más preparadas para comprender los contextos sociales en los que están inmersas. La vanalización en el tratamiento de los datos fragmentarios lle-

va a saturar y a confundir a la opinión pública. Esa confusión se manifiesta, más tarde, en sus acciones o inacciones ciudadanas y, en esos casos, no se puede acusar a los medios del uso y abuso de la generación de no acontecimientos.

La construcción, como técnica, es útil para la difusión de relatos informativos que circulan en la sociedad. La claridad de los pactos de lectura debe señalar los enfoques con los que ella se establece, para darles margen a los receptores de discursos periodísticos a que puedan comprender los sucesos en los que dichas operaciones discursivas tienen anclaje.

La invención, como tradición

fundacional, es generadora de todos los equívocos. Es a partir de ella que se sientan las bases para las actuales operaciones de prensa, para la instalación de mentiras, para la confusión general acerca del interés público y los intereses privados y para la acción concreta, en nombre de unos valores que no se sustentan en anclajes reales.

La invasión a Irak, sus coberturas mediáticas y la anécdota del pastorcito mentiroso -versión porteña del 2003- plantea una discusión sobre las técnicas y estrategias para la concreción de objetivos periodísticos, empresariales, políticos y ciudadanos. ■

## Bibliografía

- **ARLT, Roberto.** *Aguafuertes porteñas.* Cultura y Política. Buenos Aires. Losada. 1994.
- **BAIGORRIA, Osvaldo y SWARINSKY, Mónica.** *Medios bárbaros. Ponencia en las VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación.* Córdoba. RNIC y UNC. 2002.
- **COLOMBO, Furio.** *Últimas noticias sobre el periodismo.* Barcelona. Anagrama. 1997.
- **de FONTCUBERTA, Mar.** *La noticia. Pistas para percibir el mundo.* Barcelona. Paidós Ibérica. 1995.
- **GONZÁLEZ REQUENA, Jesús.** *El espectáculo informativo.* Madrid. Akal. 1989.
- **GORODISCHER, Julián.** "Ahora existen más fuentes de información". *En Página/12.* Buenos Aires, 29 de Marzo de 2003.
- **JELÉN, Marcelo.** *Traficantes de realidad.* Montevideo. Edición del autor. 1997.
- **La Nación.** *Manual de Estilo y Ética Periodística.* Buenos Aires. Espasa. 1997.
- **LIPOVETSKY, Gilles.** *La era del vacío.* Barcelona. Anagrama. 1986.
- **LUCHESSI, Lila y CETKOVICH, Gabriel.** "Manuales de periodismo. Tribunas de doctrina". *En Causas y Azares* N° 6. Buenos Aires. Primavera de 1997. Pp. 179 - 182.
- **MARTINI, Stella.** *Periodismo, noticia y noticiabilidad.* Buenos Aires. Norma. 2000.
- **OSSA, Carlos.** *El paisaje mórbido.* *En Comunicación y Medios.* Universidad de Chile. FCS. *Revista del Departamento de Investigaciones mediáticas y de la Comunicación.* Escuela de Periodismo. Santiago. Año 12. N° 12. Pp. 61-83.
- **RAMONET, Ignacio.** *La tiranía de la comunicación.* Madrid. Debate. 1998.
- **SARMIENTO, Domingo Faustino.** *Facundo. Civilización o Barbarie.* Buenos Aires. Boureau editor. 1999.
- **VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel.** *Barcelona.* Crítica. 1997.
- **WIÑAZKI, Miguel y CAMPA, Ricardo.** *Periodismo: Ficción y realidad.* Buenos Aires. Biblos. 1995.