



# “La construcción periodística de la tapa de los diarios”

El caso de los pueblos indígenas en el diario *La Mañana* de Formosa

MERLO, OSCAR PATRICIO, Legajo N° 18.735/1,

DNI. 16.552.641. Correo electrónico: [patriciomerlo@hotmail.com](mailto:patriciomerlo@hotmail.com)

PÉREZ, ADRIÁN PEDRO AGUSTO, Legajo N° 18755/5,

DNI. 23.347.409. Correo electrónico: [adrianperezfsa@hotmail.com](mailto:adrianperezfsa@hotmail.com)

RAMIS, ANALÍA VERÓNICA, Legajo N° 18761/3,

DNI. 23.477.665. Correo electrónico: [anv\\_74@hotmail.com](mailto:anv_74@hotmail.com)

SORIA, MERICIA ROSANA, Legajo N°18783/9,

DNI. 18.006.563. Correo electrónico: [mericiasoria@yahoo.com.ar](mailto:mericiasoria@yahoo.com.ar)

**Director: Lic. Claudio Gómez**

**Asesora: Prof. Periodista. Claudia Inés Suarez**

**FECHA. Noviembre de 2012**

## **AGRADECIMIENTOS**

A la familia, compañeros y a los profesores que colaboraron en nuestra transformación académica y en forma especial a la Periodista Claudia Suárez y al Licenciado Claudio Reynaldo Gómez, Paula Pedelaborde y Raquel Beatriz Gómez.

Matías Gómez, a los docentes Carlos Ramón Zacarías Pérez y Josefina Encinas de Pérez; Gustavo Ariel Martínez, Ayelén Nahir Miy, Ariana Martínez; Ana María Carmona, Lucas Oscar y Juan Ignacio Merlo, Facundo y Nahuel Brunelli, Irma Medina, Rene Argañaraz, Personal de la Biblioteca de la Legislatura de Formosa, del Archivo Histórico Provincial y de la Biblioteca de la Universidad Nacional de Formosa –UNaF-. Al equipo directivo y plantel de docentes de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, especialmente a la Decana Licenciada Florencia Saintout; la Secretaria Académica Licenciada Paula González Ceunik; a la Directora de Tesis de Grado Licenciada Ayelén Sidum; a la Coordinadora de la Extensión Formosa Licenciada Patricia Leguizamón y al Coordinador Académico Licenciado Gabriel Omar Santillán; al personal administrativo Psicopedagoga Laura Espíndola, María Bakich y Claudia Duarte como a los compañeros de la cohorte 2008. Al Superior Gobierno de la Provincia de Formosa, en la persona del Señor Gobernador Doctor Gildo Insfrán; al Señor Ministro de Gobierno, Justicia, Seguridad y Trabajo, Doctor Jorge Abel González; al Diputado Provincial Licenciado Ramiro Fernández Patri y al Sub-Secretario de Planificación de la Inversión de la Provincia Doctor Eber Solís; a los ex-administradores de la Dirección Provincial de Vialidad y del Instituto Provincial de la Vivienda, Ingeniero Jorge Jofré y Arquitecto Martín Muraccioli, respectivamente.

## **INDICE:**

ABSTRACT/RESUMEN	8
PALABRAS CLAVES	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I	17
1. La Comunicación.	17
1.1. Comunicación humana.	23
1.2. Comunicación mediática.	25
2. La noticia espeja o construye la realidad.	26
3. El medio y su contrato.	33
3.1. El medio y sus prácticas periodísticas.	36
3.2. Espacio redaccional.	37
3.3. Los medios construyen, seleccionan y jerarquizan la información.	39
3.4. La titulación.	46
3.5. El título.	47
3.6. La importancia de la imagen.	51
3.7. La paradoja fotográfica.	52
3.8. El texto y la imagen.	55
4. El diario como actor político.	56
CAPÍTULO II	58
1. Pueblos indígenas.	58
2. Reseña histórica de Formosa.	60
3. División política de Formosa.	62
4. Evolución poblacional.	62

4.1. Población indígena.	69
4.2. Distribución territorial.	71
5. La Comunidad Qom de La Primavera.	73
6. La Visibilización e invisibilización de los pueblos indígenas.	77
CAPÍTULO III	81
1. Reseña histórica de la prensa.	81
1.1. Transformación de la prensa formoseña.	82
2. Historia del diario <i>La Mañana</i> .	93
CAPÍTULO IV	96
1. Herramientas metodológicas de investigación.	96
2. Técnica de Observatorio.	98
2.1. Descripción física de las planillas, cuadros y gráficos estadísticos.	99
2.2. Cuadros y gráficos estadísticos sobre problemática indígena.	101
3. La entrevista.	103
4. Técnica del estudio de casos.	105
CAPÍTULO V	107
1. Lógicas de construcción periodística.	107
2. Tratamiento de la tapa del diario <i>La Mañana</i> .	108
2.1. Diseño del medio.	108
2.2. Tratamiento de los titulares.	112
2.3. Tratamiento del formato.	113
2.4. Tratamiento de las noticias.	113
2.5. Tratamiento de la fotografía.	113

CAPÍTULO VI	115
1. Análisis.	115
1.1. Introducción.	115
1.2. La problemática indígena.	117
1.3. Selección y jerarquización de las noticias.	119
1.4. Temáticas.	125
1.5. Lo indígena	127
1.6. El medio como actor.	133
CAPÍTULO VII	136
1. Conclusiones preliminares	136
Bibliografía consultada	140
Notas	147

## **ABSTRACT / RESUMEN**

Esta investigación permitió determinar las lógicas de construcción periodística de las tapas del diario *La Mañana* sobre la problemática de los pueblos indígenas en Formosa. Las portadas de los diarios constituyen un espacio clave de análisis y sintetizan los temas que marcan agenda y revisten mayor interés para la opinión pública.

La indagación a las portadas del diario *La Mañana*, de mayor tirada en Formosa, durante un período definido, posibilitó establecer qué espacio le otorga este medio gráfico a la problemática de los pueblos indígenas, de qué manera abordaron la temática y cómo la construyeron. Este relevamiento analítico facilitó visualizar el proceso de selección y jerarquización que el matutino realizó de los acontecimientos concernientes con este segmento social.

En este sentido, el análisis se efectuó desde dos referentes empíricos diferentes: por un lado se relevaron las portadas del Diario *La Mañana* y por el otro se realizaron entrevistas a los responsables de dicho medio gráfico para conocer los criterios o lógicas de construcción periodísticas.

Por último, se empleó la técnica de estudio de casos en forma grupal para producir información relevante, desde distintas perspectivas, sobre un fenómeno complejo como la construcción de las tapas del diario *La Mañana* relacionados con la problemática de los pueblos indígenas de Formosa.

**Palabras claves:**

Comunicación- etnias o minorías sociales - lógicas de construcción periodística - noticias - prensa formoseña -Pueblos originarios o indígenas- tapa, portada o primera plana de los diarios -títulos en la prensa- toba o qom.

## INTRODUCCIÓN

El siglo XXI nos arroja de bruces sobre una controversia que actuaba oculta en el imaginario social o que sólo era conocida y analizada por especialistas: la relación entre los medios de comunicación y la sociedad. La vigencia de este debate, que en nuestro país avanzó y se cristalizó en la sanción Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y en todo lo concerniente a su plena aplicación, recorre, a gran velocidad, todo el mundo occidental. Y, sobre todo, ingresa con singular fuerza en aquellas regiones en las que la brecha entre los poderes económicos y la sociedad pretenden ser acotada.

La cuestión no es de sencilla resolución. Despojarse institucionalmente de los monopolios no acaba, ni por cerca, la cuestión; es sólo un paso adelante en procura de profundizar las garantías democráticas.

La acción de los medios de comunicación respecto de las sociedades es indiscutible. Tanto como es indiscutible la necesidad de regular su actividad y de dotar a la comunidad de instrumentos que le permitan ingresar, en igualdad de oportunidades, al relato social.

Es, indiscutiblemente, un tema apasionante para los estudiantes de Comunicación Social. Pero se constituye también en una tarea inabordable como un todo: su complejidad supera las posibilidades de los tesisistas. Es en esa certeza que consideran oportuno presentar este trabajo, en el cual, sin desmedro de sus expectativas profesionales e ideológicas, van a tomar una pequeña porción del

asunto. Es decir, a modo de rompecabezas, trabajaran sobre una pequeña parte del problema, en el conocimiento de que otros completarán la tarea, por cierto ciclópea, de dar una responsable respuesta a la convivencia entre los medios de comunicación y las sociedades del siglo XXI.

Dicho esto, merece mención explícita la condición de formoseños y estudiantes de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social en la Provincia de Formosa y, a la vez, pobladores de una comunidad alejada del centro administrativo y político del país, aunque no por ello carente de complejidades ideológicas, prácticas hegemónicas y particulares construcciones mediáticas.

En efecto, aparecerán en este trabajo palabras clave (de las que nos ocuparemos oportunamente) que marcarán el ritmo de la tarea y, sobre todo, el horizonte de búsqueda. Pueblos indígenas u originarios, tapa, diario, periodismo, sociedad, entre otros, se constituirán en conceptos de continua recurrencia, ya que sus articulaciones, su interacción, determinan la razón de ser de esta investigación y, aún, una preocupación como futuros comunicadores sociales.

### **El Diario.**

El diario es un medio de comunicación social y es, además, un actor político que se encuentra en relación con los demás actores sociales que conforman la sociedad. En tal sentido, influye en sus lectores, en sus audiencias, en correspondencia a sus propios intereses, sean estos políticos, ideológicos o empresariales.

Al mismo tiempo de ser un productor y comunicador público de la actualidad informativa, construye su agenda y determina cuáles serán los temas más significativos del día, poniendo así en el tapete aquellas noticias que serán discutidas por sus lectores.

Este mecanismo se pone en marcha según una serie de criterios noticiables. Es por ello que muchos sucesos pueden convertirse en noticias y otros no. Esto es así porque los acontecimientos primero atravesarán una serie de redes internas, donde la jerarquización de la información será primordial antes de su publicación.

En tal sentido el propósito u objetivo de esta tesis se enfocó en trabajar -en una primera instancia- haciendo un análisis de las tapas recogidas del diario *La Mañana*. Describir y clasificar los elementos gráficos intervinientes en la construcción de las portadas como ser las tipografías, clasificar los títulos, el uso de infografías, imágenes y epígrafes, los criterios tenidos en cuenta a la hora de seleccionar y jerarquizar la información además de establecer la frecuencia de aparición de temas relacionados a los pueblos originarios.

Por otra parte se trabajó con los datos arrojados por las entrevistas realizadas a los responsables del medio gráfico y así ver cuáles son los aportes y opiniones en relación a la construcción de sus tapas, sin dejar de comparar sus respuestas con los datos emergentes del análisis de las portadas.

El material recolectado o unidad de análisis se volcará en una grilla de trabajo y se hará el estudio y clasificación de las categorías,

a partir de allí se obtendrán los datos estadístico que servirán para hacer el análisis cuantitativo de la presente investigación y finalmente se continuara con el proceso de la tesis en sí misma.

Esta investigación nacida de un grupo particular de estudiantes de Periodismo y Comunicación Social, pertenecientes a la extensión Formosa, pretende reflejar las prácticas periodísticas que lleva adelante el diario *La Mañana* en referencia a una “minoría social” (población indígena) que forma parte de la sociedad formoseña. También y en obvia alusión a la discusión sobre la influencia de la prensa en los comportamientos sociales, contribuirá a apuntar sobre algunos conceptos para comprender la vigencia del “estatus occidental” en relación la construcción de sentidos.

Desde el campo de la comunicación se abordará esta tesis de grado con una mirada amplia, asumiéndola como un espacio de construcción colectiva, participativa, de debate y transformación.

El propósito de la misma apunta a elaborar nuevos conocimientos en dicho campo científico. Por lo demás, este trabajo constituirá una contribución- en esta área- para el comunicador investigador y para todos aquellos que quieran seguir profundizando esta temática.

Desde el punto de vista social, uno de los principales destinatarios será el diario *La Mañana* de Formosa. Se buscó realizar aportes comunicacionales que favorezcan el crecimiento del medio que podría optimizar su actividad.

Además, la tesis podrá ser publicada en distintos sitios web dedicados al campo de la comunicación permitiendo que esté al alcance de los interesados, sean estudiantes u profesionales como así también para los empresarios de distintos medios gráficos, que se sientan atraídos por la temática de la investigación.

Por otro lado, podrá ser tomada como antecedente por futuros tesis o investigadores que busquen profundizar esta temática teniendo en cuenta que nunca ha sido abordado por otros trabajos de comunicación.

Asimismo, la tesis podrá ser expuesta como ejemplo de trabajo académico en diversos congresos de comunicación que traten esta materia.

Por otra parte corresponde aclarar que esta tesis no incluirá el análisis de los siguientes aspectos: uso de la imagen fotográfica, superficie administrativa, servicios al lector (cotización de monedas extranjeras), análisis del discurso, situaciones de conflicto, cuestiones relacionadas con el diseño gráfico y las tipografías empleadas de las portadas de los diarios más el espacio destinado a la publicidad como así también la superficie redaccional.

En el **primer capítulo** de este trabajo se precisó el concepto de comunicación con un breve desarrollo teórico relacionado con la construcción social de sentidos. También se abordaron sintéticamente las modalidades de la comunicación.

La intención de ello fue clarificar su noción y su importancia en las sociedades, además de dar cuenta de la relación existente entre las audiencias y los medios de comunicación, los aportes y posturas tomadas a la hora de marcar la agenda y la importancia que adquieren las noticias poniendo foco en cómo se construye, se selecciona y jerarquiza la información.

También se puso énfasis en destacar que el medio presta un servicio informativo, en un determinado ambiente sociocultural, y además actúa como un actor político y social que trata de influir en la toma de decisiones según lo precisaba el teórico Héctor Borrat. Sin dejar de lado el trabajo arduo que se realiza en el interior de la redacción a la hora de la diagramación y de poner todos los elementos gráficos en juego.

El **segundo capítulo** de este trabajo se enfocó en realizar una breve reseña histórica sobre los pueblos indígenas y la evolución histórica de Formosa, como así también se incorporaron datos estadísticos oficiales de población indígena y la manera en que estas se encuentran distribuidas dentro del territorio formoseño con el objeto de contextualizar al lector en un espacio geográfico y cultural. Al final del capítulo se dio cuenta de la forma en que son visibilizados e invisibilizados los pueblos indígenas en el medio gráfico *La Mañana*.

El **capítulo tercero** de esta tesis en una primera parte apuntó sobre los orígenes, evolución y transformación histórica de la prensa mundial. Además, se hizo hincapié en el desarrollo de los diarios formoseños para concluir con los anales del diario investigado.

El **cuarto capítulo** en su desarrollo ciñó la información sobre las herramientas metodológicas cuali-cuantitativa que fueron empleadas por los tesisistas para la recolección y análisis de los datos. Además se utilizaron para ello las técnicas de Observatorio, Entrevistas y Estudio de Casos. Al mismo tiempo se presenta al lector el resultado obtenido del seguimiento de las tapas entre el 07 de junio de 2010 al 29 de junio de 2011, describiendo los cuadros y gráficos estadísticos que figuran en el anexo.

El **quinto capítulo** se destinó a la tarea de desentrañar las lógicas de construcción periodística que adoptaron los responsables a la hora de tomar las decisiones relacionadas con la construcción de las tapas del diario *La Mañana* de Formosa y los criterios de selección utilizados para la jerarquización de los acontecimientos noticiosos.

El **sexto capítulo** incluyó el análisis, desde distintas perspectivas, de los resultados de manera cuantitativa y cualitativa al que arribaron los integrantes del grupo de tesis con respecto a las decisiones tomadas por el diario *La Mañana* en la construcción de sus tapas y la inclusión de la problemática indígena.

El **séptimo capítulo** se circunscribió a las conclusiones preliminares que en forma grupal se arribaron sobre diversos aspectos que se vinculan con los objetivos planteados en el abordaje de la temática de investigación.

# CAPÍTULO 1

## 1 - La Comunicación.

El sentido original de la palabra comunicación, viene del verbo latino *communicare*, que significa repartir, compartir, hacer partícipe de algo. Este verbo deriva del adjetivo *comunis* y este a su vez de *cum=con*, en conjunto y *munus=don*, regalo, trabajo, obra, oficio, cargo. Así pues, la idea básica de comunicar es “compartir” o “tomar parte con”<sup>1</sup>.

Comunicar significa poner en común y básicamente consiste en dar origen a procesos de encuentros interpersonales, grupales y organizacionales para crear un flujo de intercambio de gestos, palabras, experiencias y proyectos.

El valor y la riqueza de los productos culturales - un diario, un disco, un libro, un cuadro, una artesanía- reside en los sentidos, las significaciones, que las personas y las comunidades le atribuyen a ese determinado bien u objeto.

Durante el proceso de comunicación las personas, grupos y organizaciones no sólo intercambian información sino también ideas, conocimientos y opiniones. No se tiene que asociar el término comunicación con el de difusión. Se debe hablar de la comunicación como un proceso de producción social de sentido.

---

<sup>1</sup> Gonzáles García Carmen, *La comunicación efectiva* –Capitulo 1- Que es la comunicación. Pgs. 23 y 24. ISEF México. 1997. Publicado en: [http://www.angelfire.com/bc/Lince/definicion\\_e\\_importancia.htm](http://www.angelfire.com/bc/Lince/definicion_e_importancia.htm)

Tiempo atrás se sostenía que comunicar era difundir información para producir efectos y cambios en las personas de manera lineal e inmediata. Se pensaba que los medios masivos de comunicación podían llegar a millones de personas e “inyectarles” nuevas ideas y costumbres a través de los mensajes que difundía.

Las investigaciones sobre la comunicación que se realizaron han demostrado que los mensajes no tienen un sentido en sí mismo. Algo tiene sentido cuando la gente cree en eso, cuando lo siente y lo hace suyo.

El sentido es el significado que cada persona le otorga a los discursos o relatos, los gestos y las actitudes. Cada cual le asigna significados particulares a las diversas prácticas de la vida cotidiana, según sus costumbres, su historia y sus experiencias.

Al considerar a la comunicación como producción social de sentido es imprescindible señalar que el sentido siempre es producido porque es el resultado de una negociación constante entre las personas involucradas en el proceso de comunicación. En cada situación, se lucha y se negocia por el sentido que se le atribuye a los mensajes.

Hay comunicación cuando se construye un sentido en común aunque no se pueda definir con exactitud lo que el otro entiende, siente o piensa sobre el mensaje producido. Los mensajes que se producen no son recibidos en forma lineal y pasiva por las personas. Ellas tienen la posibilidad de resignificar, de apropiarse del mensaje y de generar nuevos sentidos y dejar otras de lado.

El sentido es dinámico y se construye en cada situación en particular. Cada uno de los participantes del proceso de comunicación recibe, interpreta, adapta y elabora el discurso de los demás de acuerdo a sus capacidades, necesidades e intereses. Como consecuencia de este complejo proceso, el sentido no es el mismo para quien produce el mensaje y para quien lo receptiona.

Los bienes y servicios culturales como los diarios, programas de televisión, discos o cualquier otro objeto producido por la industria cultural no son recibidos ni comprendidos de la misma manera por todos los consumidores.

Sin dudas, toda relación de comunicación, personal o mediática, siempre es producida y receptionada desde la cultura. Esto implica que las personas le dan sentido al intercambio según sus características personales y sociales; la relación que establecen con los otros integrantes del proceso y con la realidad en la que interactúan.

“La comunicación como peculiar interacción mediadora y mediada entre sujetos-agentes sociales, presupone que los procesos de interacción son significativos y que comprometen al ámbito de la vida cotidiana, a las dinámicas sociales y culturales, a la esfera pública, a las sensibilidades y a las identidades colectivas”<sup>2</sup>.

La comunicación no se reduce a los medios, instrumentos o tecnologías sino que también se da todo el tiempo en la vida cotidiana cuando las personas se relacionan e interactúan entre sí.

---

<sup>2</sup> Pereira, José Miguel, “Comunicación y sociedad: problemáticas y desafíos” en Revista Signo y Pensamiento Nº 31, Pág. 25, 1997

Así entendida, la comunicación es un proceso que permite la construcción de subjetividades y el desarrollo de distintas formas de identidad social. También posibilita el diálogo, la discusión, el intercambio de ideas, el consenso, la acción, el compromiso entre las personas y la toma de conciencia sobre la realidad.

Sin la comunicación el ser humano no podría vivir en sociedad. En todo proceso de comunicación se constituye un vínculo fundado en la valoración y el reconocimiento del otro.

Los productos de la industria cultural son de fundamental importancia para la afirmación de la identidad de los sujetos y además para la conformación de la conciencia colectiva de la comunidad.

Los medios de comunicación social son productos de la industria cultural y por lo tanto significativos aparatos culturales y tecnológicos que permiten conformar las culturas, la organización económica y social y fomentar la construcción de consensos en una sociedad.

La comunicación se puede originar en los medios pero también se practica constantemente en otros ámbitos como la escuela, el barrio, el club y la calle.

Durante mucho tiempo, se entendió que comunicar era difundir información y que la información en sí misma generaba efectos y cambios en las personas de manera lineal e inmediata. En este esquema, se creía que los medios masivos de comunicación tenían un lugar central porque podían llegar a millones de personas e

“inyectarles” nuevas ideas y costumbres, a partir de sus mensajes. Esta teoría es conocida como la teoría de la aguja hipodérmica.

Sin embargo, diversos estudios sobre la comunicación demostraron que los mensajes no tienen un sentido en sí mismo. Cada persona le otorga significados a las cosas, a las palabras, los gestos, las actitudes. Cada uno impregna significados particulares a las diversas prácticas de la vida cotidiana, de acuerdo a sus costumbres, su historia y sus experiencias.

“Algo tiene sentido cuando la gente cree en eso, cuando lo siente y lo hace suyo. El sentido es el significado que cada persona le otorga a las cosas, a las palabras, los gestos, las actitudes”<sup>3</sup>.

“La comunicación es algo más que, y diferente de, enviar mensajes de un emisor a un supuesto receptor y establecer un sistema de retroalimentación que sólo permitirá saber si los recibió, pero no necesariamente si los comprendió, si los comparte, si los rechaza, parcial o totalmente, si necesita modificaciones o si requiere otros diferentes. (...) Existe real comunicación si y sólo sí los mensajes que se intercambian son producto de un trabajo conjunto. Tal como la etimología lo indica: *comunicare*, que significa hacer juntos”<sup>4</sup>.

La comunicación como producción social de sentido está en una negociación constante entre las personas que participan del proceso

---

3 Caja de Herramientas. Módulos de formación para emprendedores culturales. Ver, Oír, Decir. La comunicación en emprendimientos culturales. Estrategias, acciones, soportes. Libro de Edición Argentina 2006. Cap. I. Pág. 8 ¿Qué es la Comunicación?

4 Alfaro, María Rosa, “Una comunicación para otro desarrollo”, Abraxas Editorial S.A., Lima, 1993, Pág. 20. En Caja de Herramientas

de comunicación. En cada situación, existe una lucha permanente y es allí en donde se negocia por el sentido que se le arroja a los mensajes.

La construcción de ese sentido común da origen a la comunicación pero aun así no se puede fijar claramente qué es lo que el otro integrante de ese proceso alcanza a entender o registre en relación al mensaje. Las personas no reciben en forma pasiva y directa los mensajes que se producen, en una linealidad, más bien estas tienen la capacidad de resignificar el mensaje y así generar nuevos sentidos.

La comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. De este manera podemos decir que “la comunicación se define por la acción” porque es “a través de nuestras acciones (que) vamos configurando modos de comunicación”. Pero, al mismo tiempo, “la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción”<sup>5</sup>.

El proceso comunicacional no es siempre igual, se da de diferentes formas de acuerdo a sus particularidades y cada persona se adapta por muchas cuestiones que tienen que ver con sus intereses. Es por ello que el sentido cambia constantemente y nunca es igual para quien produce y quien lo recibe.

---

<sup>5</sup> Uranga, Washington, *El cambio social como acción transformadora*, en ENZ, Angélica y otras (editoras), Comunia-La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2006, ISBN 987-601-017-4, pág. 40

## 1.1 Comunicación humana.

La comunicación humana es una construcción natural, propia, de las personas que les permite expresar deseos, necesidades, intenciones, conocimientos y experiencias; facilitan su comportamiento y crecimiento como personas integradas en diferentes áreas de las sociedades.

La comunicación humana se desarrolla, por medio de la interacción social, y se constituye como un proceso interactivo permanente entre dos o más personas con modelos, repertorios y códigos comunes que les permite formarse en su entorno cultural.

La capacidad de comunicación del hombre es la condición indispensable de su supervivencia en el mundo.

Charles R. Wright sostiene que: "Comunicación es el proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra". Y agrega que: "Para los seres humanos el proceso es a la vez fundamental y vital. Fundamental en cuánto toda sociedad humana, desde la primitiva hasta la moderna, está fundada en la capacidad que el hombre tiene de transmitir sus intenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencia, de persona a persona. Es vital en tanto que la posibilidad de comunicación con los otros aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir, del mismo modo como su ausencia es vista, generalmente, como una forma seria de trastorno patológico de la personalidad"<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Charles R. Wright. Publicado en: <http://intelectiva.blogspot.com.ar/2010/08/comunicacion-y-medios-de-comunicacion.html>

Erich Feldmann nos refiere: "El hombre como individuo, no puede llevar una vida digna en total aislamiento, por eso depende de sus relaciones con otros hombres. Tales relaciones, nos dice, conducen a la formación de parejas, grupos y comunidades, y establecen el orden existencial social, imprescindible para que el hombre se eleve a la cultura y desarrolle su condición humana"<sup>7</sup>.

Estos autores, clásicos en el estudio académico los medios de comunicación, definen en sus textos las relaciones interpersonales. Sabemos que hay dos conceptos básicos para explicar las aparentes irregularidades en la conducta humana y su vida en común con otros de su especie, dentro de la asociación humana, y ésta tiene que ver con los conceptos de cultura y sociedad.

Por eso se afirma que la sociedad no puede existir sin la cultura y esta sólo existe dentro de la sociedad. Con respecto a los seres humanos éstos no existen separados de la cultura y la sociedad, la integran, forman parte de ella y esa realidad se reelabora y se reconstruye continuamente influenciando en su personalidad y en su conducta.

Tenemos entonces que la comunicación humana entre emisores y receptores del mensaje poseen un entorno social común, formados por paradigmas, repertorios, patrones, códigos similares pertenecientes a la misma cultura, lo que les permite una intercomunicación inteligente y valedera para ambos. Esta dinámica social de transmitir significados e interactuar con ellos, multiplicada a través de los individuos involucrados, permite el desarrollo de la

---

<sup>7</sup> Feldmann Erich. Teoría de los medios masivos de comunicación. Publicado en <http://intelectiva.blogspot.com.ar/2010/08/comunicacion-y-medios-de-comunicacion.html>

educación, de la organización política y económica del entorno, y el crecimiento y desarrollo personal de la sociedad donde se desenvuelven.

## **1.2 Comunicación mediática.**

La comunicación mediática es la ejercida desde los medios de comunicación social y que se dirige intencionalmente a determinada/s audiencia/s.

Los mensajes pueden ser expresados en forma escrita, verbalizada o con imágenes para dar forma a discursos que argumentan razones, realidades y ficciones, que son características propias del transcurrir cotidiano de la vida social.

Las enunciaciones son construcciones intelectuales propias de la producción de cada medio o de sus expositores que dan forma a convicciones, tendencias e ideologías sociales, políticas, culturales, económicas, religiosas, publicitarias y otras por medio de diversos formatos como: editoriales, artículos, notas, entrevistas, comentarios, programas, noticieros, anuncios comerciales, que son seguidos por millares de personas, categorizadas como audiencias masivas, selectivas, activas, pasivas, esporádicas, flotantes, entre otras calificaciones.

La exposición regular a los contenidos de los medios de comunicación termina por desarrollar una conducta de seguimiento y adhesión a los mismos. Los mensajes suelen terminar influyendo o modificando, aunque sea en parte, la conducta de los receptores.

Los medios tradicionales y unidireccionales, como la gráfica, la radio o la televisión, con su discurso periodístico permanente pueden llegar a cambiar la forma de ver y pensar el mundo de sus receptores.

Las ideas, tendencias y actitudes que generan las propuestas mediáticas provocan un cambio acelerado en la construcción de modelos culturales en la sociedad y cambian los intereses sociales, la moda, la adquisición y el uso los diferentes objetos o mercancías.

El aprendizaje de los medios tradicionales adquirido por las personas a través de la imitación mediática producen cambios actitudinales diversos y modifican los comportamientos sociales.

## **2. La Noticia espeja o construye la realidad**

La realidad es todo aquello que percibe el ser humano a través de sus sentidos y resulta un ejercicio permanente y subjetivo. Percibir la realidad, a través de los medios de comunicación es una tarea ardua, el trabajo periodístico constituye un gran esfuerzo para comunicar información verdadera sin afectar las mediaciones y posturas personales.

En la construcción de una percepción global y sintética de la realidad participan todos los sentidos y por ello se afirma que es real todo aquello que los sentidos perciben.

La sociedad actual es muy compleja. El hombre vive en un mundo globalizado y en forma casi instantánea se entera de lo que ocurre a la vuelta de la esquina y a miles de kilómetros de distancia.

Durante siglos el conocimiento se basaba en la experimentación y la observación directa. Hoy el ser humano construye su conocimiento de manera indirecta, o sea, ya no observa directamente la realidad sino que otras personas e instituciones le transmiten esa información.

Retomando la idea del pensador español José Ortega y Gasset *“... en el mundo pasa... infinidad de cosas... por lo mismo es imposible conocer directamente la plenitud de lo real, no tenemos más remedio que construir arbitrariamente una realidad... Esto nos proporciona un esquema, es decir, un concepto o enrejado de conceptos... miramos luego la efectiva realidad y entonces, sólo entonces, conseguimos una visión aproximada de ella. En esto consiste el método científico. Más aún, en esto consiste todo uso del intelecto”*<sup>8</sup>.

Es por ello que este esquema condiciona la visión de la realidad tanto para las ciencias como para la actividad periodística, práctica profesional que a través de su rutina y el uso de sus armas intelectuales se dedican a construir lo real.

*“La información ya no es sólo privilegio de unos pocos, sin embargo, sí es distribuida por unos pocos. Y es aquí donde deberíamos cuestionarnos si los medios transmiten la realidad social o la construyen (...) Los profesionales de los medios de comunicación*

---

<sup>8</sup> Ortega y Gasset (1972). 196-97. En José Manuel Chillón. La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad?. Publicado en: <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>

*no sólo contribuyen a la formación de la opinión pública sino que determinan su formulación*<sup>9</sup>

Hay que decir que la percepción de la realidad y su transmisión está influenciada por la ideología, la ética o los valores de las personas e instituciones que participan como intermediarios en ese proceso de comunicación.

Hoy más que nunca se vive debatiendo en diferentes ámbitos de la esfera social sobre esta problemática, como ser en foros públicos, en universidades e incluso dentro de los mismos medios tratando de comprender si son los encargados de transmitir la realidad social o de construirla.

También es claro que en este único sistema, la sociedad depende de los medios de comunicación para conocer la realidad social. La gente considera a los medios como fuente e incluso utiliza sus representaciones para comprender y asimilar sus propias actividades cotidianas.

Los medios transmiten y reproducen su manera de ser, estable e institucionalizado, y la audiencia comparte la visión de la realidad social que ofrecen los medios de comunicación a los que tienen acceso, porque si no el medio no funcionaría.

Teorías muy conocidas como la Agenda Setting, la Espiral del Silencio de Noelle -Neumann, determinan a los medios de

---

<sup>9</sup> Codina (2002). 31. En José Manuel Chillón. La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad? Publicado en: <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>

comunicación - a la hora de jerarquizar y valorar determinados temas- para que influyan en el público.

Y “descubrieron que la mayor influencia reside en que las realidades descritas por ellos son, en último término, la realidad social que existe y que los públicos conocen (más allá de la realidad social de la que tienen experiencia directa)”<sup>10</sup>.

Se plantea la existencia en forma tácita de una especie de contrato por el cual la audiencia reconoce la competencia de los medios de comunicación para que ofrezcan su visión de la realidad.

La idea hegemónica en este caso se refiere a que el periodismo no se limita a dar una versión de la realidad sino que está creando una nueva en la que vive inmersa naturalmente la sociedad en la actualidad. Y los medios cumplen ese rol mediático porque de alguna manera se les ha delegado por parte de la sociedad, un rol legitimado como dicen Berger y Luckman.

Esta actividad consta de tres momentos esenciales: captación, selección y difusión de los hechos. El proceso de transformación en la práctica periodística implica un verdadero proceso de construcción.

El profesor Lorenzo Gomis, sostiene que los medios interpretan los hechos en lo cotidiano de sus tareas y en el ejercicio de sus rutinas. Esta interpretación resulta esencial para que ejerzan correctamente su misión social de mediación y esta función influye en el sentido y contenido de sus discursos.

---

<sup>10</sup> José Manuel Chillón. La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad? Publicado en: <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>

*“La Teoría de la Comunicación considera al periodista como intérprete que hace las veces de receptor y emisor o fuente. El comunicador percibe mensajes de las agencias de prensa, de los corresponsales del medio, de otros medios de comunicación, de servicios oficiales, de personas directas... los descodifica, los elabora, los combina, los transforma y, finalmente, emite nuevos mensajes”<sup>11</sup>.*

Como explica José Manuel Chillón<sup>12</sup> la realidad sufre un primer proceso de síntesis desde el momento en que los medios sólo captan una parte muy reducida de lo sucedido. Esa realidad en bruto, recogida por los medios, es lo que se llama realidad fenoménica y sólo sobre ella el periodismo ejerce la tarea de selección, ordenación, jerarquización... y todas las demás rutinas profesionales que darán lugar al producto final que reciben los públicos. Al hablar de realidad fenoménica se hace referencia a la única realidad que puede ser captada por los medios y que por manifestarse puede ser comunicada mediáticamente siguiendo los lineamientos profesionales de la veracidad. Por eso construir la realidad no implica inventarla ni tampoco negar lo que existe fuera de nuestra conciencia.

Las definiciones de noticia se pueden sintetizar en dos grandes grupos teóricos. Por un lado, se encuentran los que defienden la

---

<sup>11</sup> Gomis (1987). 18. En José Manuel Chillón. La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad?

<sup>12</sup> Pertenece al Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria. Es profesor de Filosofía en Valladolid. Licenciado en Filosofía (UVA) en Teología (UPSA) y en Periodismo (University of Wales). Es Premio Extraordinario en las dos primeras titulaciones y Mención Especial en los Premios Nacionales Fin de Carrera otorgados por el MEC. Posee el Diploma de Estudios Avanzados y trabaja en la tesis doctoral sobre las relaciones epistemológicas y deontológicas entre filosofía y periodismo. Ha publicado el libro *Periodismo y Objetividad: entre la ingenuidad y el rechazo. Esbozo de una propuesta*, en la editorial Biblioteca Nueva además de otros artículos en revistas especializadas. En *La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad?* Publicado en: <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>

concepción de la noticia como espejo de la realidad y por el otro, es concebida como construcción de la realidad.

“La idea de la noticia como espejo de la realidad correspondería a la concepción tradicional de las noticias (Cole, R. y Grey, D., 1972) (...) dentro de esta concepción lo máximo que se suele admitir es la posibilidad de que en las noticias aparezca ineludiblemente el punto de vista del periodista (Stamm, K. R., 1976). De forma que se acepta que la noticia sólo dé cuenta de algunos elementos del acontecimiento”<sup>13</sup>. En esta noción se esconde la actividad productiva, mostrándose a la noticia como un producto ya hecho.

En la segunda concepción, en cambio, se trata de estudiar la actividad de los informadores y de las organizaciones de los mass media. “La noticia no espeja la sociedad. Ayuda a constituir la como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y da forma a ese suceso”<sup>14</sup>

Según Rodrigo Miguel Alsina, la construcción de la noticia es un proceso que se realiza dentro de un sistema compuesto por las siguientes fases: producción, circulación y consumo. Dentro de este proceso se pondrá más atención y cuidado a la primera de ellas, ya que esta tesis apunta esencialmente al análisis de tapas del diario *La Mañana*.

---

<sup>13</sup> Alsina Rodrigo Miguel. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Cap.8.2. Las noticias como espejo o como construcción. Pág. 146.

<sup>14</sup> Idem anterior.

Producir información es un trabajo complejo que realizan los periodistas dentro de una empresa periodística. No obstante, los medios generalmente no muestran claramente esta fase. Por ello, comúnmente se tiene la idea de que estos, son simples recolectores y transmisores.

En este trabajo se determinará que la noticia es producida y generada por la industria informativa. Pero antes de encontrarnos con ella, primero nos acercaremos al suceso, al acontecimiento, al fenómeno que se transformará en noticia a través de las prácticas rutinarias del periodismo gráfico.

Wolf (1981, págs. 277-278) afirma que la noticia “es concebida a la vez como un producto resultado de la organización compleja y coordina a muchos factores que se condicionan recíprocamente”<sup>15</sup>.

Es importante mencionar que el periodista es esa persona que esta instituida de un rol legitimado en la sociedad para construir la realidad. Es de allí que se considera a los medios como constructores de la realidad social, además no debemos dejar de lado en este proceso la participación de las audiencias, ya que son estas las que le dan el debido reconocimiento al medio.

Berger y Luckmann (1979) se refiere a la institucionalización y la legitimación expresando lo siguiente “La institucionalización aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores. [...] que constituyen las instituciones, siempre se comparten, son accesibles a todos los

---

<sup>15</sup> Alsina Rodrigo Miguel. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Cap.8.2. Las noticias como espejo o como construcción. Pág. 147

integrantes de un determinado grupo social, y la institución tipifica tanto a los actores como a las acciones individuales”<sup>16</sup> (Berger y Luckmann, 1979, pág. 76).

“La función de la legitimación consiste en lograr que las objetivaciones de "primer orden" ya institucionalizadas lleguen a ser objetivamente disponibles y subjetivamente plausibles”<sup>17</sup> (Berger y Luckmann, 1979, pág. 120).

A consecuencia de este trabajo surge la relación existente entre los periodistas y las fuentes, sobre todo si tiene tintes de periodismo de investigación, en donde los datos son trascendentes. Por su parte entre los medios y sus lectores, se establece un contrato fiduciario, al que el semiólogo argentino Eliseo Verón denominó, como contrato de lectura.

Después de lo expuesto cabe la ocasión realizar una definición de noticia, por lo tanto nos servirá una propuesta por Alsina que dice “Noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible”<sup>18</sup>.

### **3. El Medio y su Contrato.**

Los investigadores en comunicación equivocadamente a lo largo del tiempo solo han ido almacenado información sobre los lectores

---

16 Berger y Luckmann, 1979, pág. 76. En Alsina Rodrigo Miguel. *La construcción de la noticia*. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Cap 8.3.2. Producción institucional. Pag. 149.

17 Idem. pág. 120.

18 Alsina Rodrigo Miguel. *La construcción de la noticia*. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. *Introducción*. Pág. 13.

pero sin indagar por el movimiento social de esos textos olvidándose por el proceso de lectura. Es por ello que de esa manera era imposible abordarlo.

Por el contrario el semiólogo argentino Eliseo Verón sostiene que “hay que comprender su relación, y ésta no es otra cosa que la lectura, esa práctica social que hasta ahora, se ha mantenido invisible”<sup>19</sup>. Sin embargo se trata de una actividad significativa porque produce sentido.

Muchas disciplinas no se preocuparon por investigar la relación entre los lectores y lo que leen. Se dedicaron a estudiar a los lectores o los objetos de lectura. Nunca se ocuparon de averiguar la relación existente entre ambos. La propuesta de Verón consistió en analizar la relación entre los lectores y los textos.

La prensa gráfica, como otros medios de comunicación social, trata de establecer un acuerdo con sus consumidores. Es el vínculo que se establece entre el diario y los lectores a partir de una serie de herramientas discursivas empleadas por el medio de comunicación.

El “Contrato de lectura” es una especie de convenio identitario, alianza entre la opinión de un medio y su consumidor, pacto tácito emocional e intelectual entre lo propuesto por el medio y el receptor.

Es el medio quien propone el “Contrato de lectura” y el consumidor quien lo admite, y luego tamiza en mayor o menor grado,

---

19 Eliseo Verón, El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”, IREP, París, 1985.

a partir de sus propios pensamientos. El objetivo es que sus lectores consuman por un largo período en el tiempo, esto se relaciona con el perfil de lector que cada medio trata de captar, el marketing lo llama target.

Según Eliseo Verón, el éxito de un soporte de la prensa escrita se mide por: “su capacidad de proponer un contrato que se articule correctamente a las expectativas, motivaciones, intereses y a los contenidos del imaginario. De hacer evolucionar su contrato de lectura de modo de “seguir” la evolución socio-cultural de los lectores preservando el nexo. Y de modificar su contrato de lectura si la situación lo exige, haciéndolo de una manera coherente”<sup>20</sup>. En tal sentido se refiere al lector ideal que el diario establece y a su grupo social de pertenencia.

“El contrato de lectura” es la relación entre el discurso de un soporte y sus lectores. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato. El semiólogo propone investigar mediante qué mecanismos y en qué nivel de funcionamiento del discurso de un soporte de prensa se construye ese contrato.

La teoría de la enunciación, en general distinguen en el funcionamiento de cualquier discurso dos niveles: el del enunciado y el de la enunciación. “El enunciado se refiere al contenido del discurso (lo que se dice). El nivel de la enunciación, en cambio, concierne a las modalidades del decir. Es en el nivel de la enunciación donde se construye una cierta imagen de aquel que habla (el enunciador), una

---

<sup>20</sup> Eliseo Verón, El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”, IREP, París, 1985

cierta imagen de aquel a quien se habla (el destinatario) y la relación entre estos dos lugares”<sup>21</sup>.

Verón, plantea que un mismo enunciado puede ser atravesado por estructuras enunciativas diferentes, creando diversos efectos de sentido. El conjunto de las estructuras enunciativas que atraviesan un determinado discurso de un soporte es el contrato de lectura.

“El estudio del contrato de lectura implica todos los aspectos de la construcción de un soporte de prensa, en la medida en que ellos construyen el nexo con el lector: selección, jerarquización y tratamiento de las noticias. Coberturas, relaciones texto/imagen, modo de clasificación del material redactado, dispositivos de “apelación” (títulos, subtítulo, copetes, etc.), modalidades de construcción de las imágenes, tipos de recorridos propuestos al lector (por ejemplo: cobertura–índice de temas–artículo, etc.) y las variaciones que se produzcan, modalidades de compaginación y todas las otras dimensiones que puedan contribuir a definir de modo específico los modos en que el soporte constituye el nexo con su lector”<sup>22</sup>.

### **3.1. El Medio y sus prácticas periodísticas**

El surgimiento de los *Mass-Media* (medios de comunicación de masas) ha cambiado la forma original de concebir el concepto de acontecimiento histórico. Antes eran los historiadores los encargados

---

21 Eliseo Verón, El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”, IREP, París, 1985

22 Idem.

de determinar el suceso mientras que hoy, son los medios y lo hacen a través de sus contenidos.

Dado la importancia y su preponderante papel los medios sufrieron críticas en relación a la construcción de sus noticias, puesto que se los acusaba de deformar la realidad y de confundir a la sociedad con información errónea. Desde esta mirada surgió la idea, en muchos estudiosos, sobre la poca objetividad de los medios.

Algunos hablaban de la falta de verdad y manipulación de la información, en contra de los que defendían el rigor periodístico, la imparcialidad y profesionalidad. Lo que de estas posturas queda claro es que, los medios pasaron a ser constructores de esa realidad y no ser espejos de lo que pasaba en la sociedad.

A pesar de los cambios y ataques, la comunicación periodística se apoya en tres fuertes bases, el acontecimiento, la actualidad y la periodicidad. Por ello es común escuchar que periodismo es la comunicación periódica.

Otra cuestión a tener en cuenta es que los medios de comunicación al tener tanto volumen noticioso no pueden incluir todo y por lo tanto mucha de esa información debe ser descartada. Pero ¿cómo se hace? es común que estos medios tengan sus criterios de inclusión, exclusión y jerarquización noticiosa.

### **3.2. Espacio Redaccional.**

Los diarios han ido sufriendo una paulatina transformación como consecuencia de la informatización de sus redacciones y del proceso

de industrialización. Como parte de éstos cambios, el formato, el diseño y la imagen, entre otros elementos, ganaron protagonismo.

La prensa viene mostrando de un tiempo atrás para delante un aspecto más atractivo y "arrevistado". Para ello, ha compartimentado los contenidos en suplementos en los que prima lo visual, el diseño de calidad, el color, la fotografía, los gráficos y las ilustraciones. No obstante, no se ha dejado de considerar que el texto escrito sigue siendo la parte más importante del discurso, que se transmite a través del papel.

Para analizar los medios gráficos es necesario "tomar distancia, enfrentarnos a ellos y posicionarnos como analista" mediante conceptos y modelos que permitan superar el de sentido común.

La tapa es el primer impacto que recibimos de un diario. Con sólo dar una ojeada podemos comenzar a formarnos una idea del modo en que el diario se va a dirigir a los lectores. La primera plana, es un espacio donde se marca el estilo y el contrato que propone el medio a sus destinatarios.

Mirar en los diarios, apreciar la densidad del texto, observar como aparecen los blancos, las imágenes, los títulos, los diferentes tamaños de letra y posiciones en la página, la diferente jerarquía que el diario asigna a las noticias, servirá para ayudarnos a detectar sus rasgos.

La tapa de un diario es la ventana que le permite mostrarse en sociedad tal como es, descubriendo la mejor cara de presentación que

puede ofrecer a sus lectores con el claro objetivo de vender sus noticias. Comúnmente se dice que por sus títulos el medio trata de captar la mayor atención posible y así explicar la actualidad.

La portada se constituye en una suma de elementos textuales e icónicos en el donde se resume el estilo y el contrato de lectura que propone, es el lugar en donde siempre de la misma forma se ordenan los contenidos, estableciéndose de esta manera su personalidad e identidad marca registrada para sus lectores.

### **3.3. Los medios construyen, seleccionan y jerarquizan la información.**

Según Blázquez, Virginia y Ghea, María Elisa, los medios trataron, tratan y tratarán siempre de imponer la agenda de temas sobre los cuales, no sólo debe gestionar y ejecutar políticas los gobiernos, sino también la agenda de temas sobre los que consideran es importante que la sociedad debata, observe y tome posición al respecto.

A si mismo se debe tener en cuenta que, de la misma forma que los medios, los lectores también manejan diferentes estrategias de selección de la información a la hora de elegir leer un determinado diario. Generalmente, lo hacen por el tipo de construcción y tratamiento de la información o por identificarse ideológicamente con el medio.

En referencia al tema, Mar de Foncuberta marca que hoy se está frente a un consumidor de noticias más participativo y el cual se hace más preguntas sobre lo que sucede.

“Un lector (usted lector) que busca en los medios, y en concreto, en la prensa, algo más que “saber lo que pasa”. Un lector que indaga más allá de lo evidente, que necesita encontrar el sentido de lo que parece inexplicable; que pregunta, interpreta, se cuestiona, interpela, critica; abomina de la trivialidad con que se publican hechos no triviales; se da cuenta que hay hechos que nunca se convierten en noticias y noticias que nunca merecieron serlo; se enoja al constatarlo; no se queda con una sola versión de los hechos; critica a los diarios pero no puede vivir sin ellos; se pregunta por qué no son mejores, por qué a veces están tan mal escritos; se indigna cuando aparecen casos flagrantes de incompetencia o, peor de deshonestidad profesional entre los periodistas; pero también es capaz de apreciar un buen reportaje, un buen título, una buena cobertura noticiosa, la calidad de una investigación y de sus fuentes y el rigor con el que se construye una denuncia periodística”<sup>23</sup>.

Los periodistas traen consigo una carga personal muy fuerte que es dada esencialmente por su contexto, educación y formación que inciden en la construcción de las noticias determinada por la forma de ver el mundo. Además de esos condicionantes propios también influye sobre manera la empresa para quien trabaja.

---

23 Mar De Foncuberta y Héctor Borrás, Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción, pp. 16-17, La Crujía ediciones, primera edición, mayo de 2006, Bs. As., Argentina.

En el proceso de selección, se diferenciará el tratamiento noticioso de otros medios, es común ver que el eje de la noticia y la importancia pase por otras aristas aunque sea información sobre el mismo tema.

La valoración noticiable como: la importancia, la trascendencia, la novedad, la implicancia, entre otras cuestiones indica selecciones distintas. Cada uno de los hechos noticiosos es una construcción del periodista en tiempo y espacio realizado en un soporte y con un formato. Además se busca informar, denunciar, explicar y llenar un espacio.

En toda elaboración de la noticia según Blázquez, Virginia y Ghea, María Elisa intervienen tres procesos, la selección, la construcción y la jerarquización al respecto postulan: “En la selección, el periodista elige qué contar y cómo hacerlo: a quién consultar, qué aspecto de ese hecho va a ser la columna vertebral de su noticia, cuándo lo va a publicar. En la construcción, además del “disparador” que genera el hecho noticioso, la noticia en sí será elaborada antes de llegar al público. Para ello se pondrá énfasis en uno o varios aspectos, se utilizará lo dicho por cada fuente (muchas veces el periodista tiene varios testimonios pero no puede utilizar a todos por una cuestión de espacio y está obligado a elegir a cuales citará en su nota), hará un recorte del hecho. En la jerarquización, es el orden. Una de las diferencias entre el periodismo y la literatura radica en que el primero no debería utilizar el recurso del “suspense” para narrar un hecho. Las

noticias empiezan siempre por “lo más importante”, por la idea central. Primero cuenta la idea central, después va a los detalles.<sup>24</sup>

Entre las variables que entran en juego al momento de seleccionar estos hechos pueden mencionarse: el espacio, relacionado con el orden, cantidad y extensión, el tiempo, concierne con el lapso que tiene el periodista para realizar su trabajo y la noticiabilidad, se refiere a la valoración que hacen los periodistas para establecer cuándo un hecho debe convertirse en noticia.

La mayoría de los teóricos que abordaron este tema partieron de la propuesta hecha por la Escuela Tradicional Norteamericana (ETN), el periodista Carl Warren (1975) fue quien propuso una clasificación en torno a los factores que debe reunir un hecho para ser considerado noticia.

Su propuesta se resume en ocho factores noticiables: Actualidad, Proximidad, Prominencia o Notoriedad, Conflicto, Suspenso, Consecuencia o Trascendencia, - Rareza o Magnitud, Emoción, Progreso o Descubrimiento.

**Actualidad:** el primer requisito que tiene que cumplir es el de ser un hecho nuevo o actual, haber ocurrido recién o estar a punto de suceder.

---

24 Blázquez, Virginia y Ghea, María Elisa, El valor de las palabras. ¿A qué se refiere el concepto de construcción, selección y jerarquización de la información? Apunte de Cátedra del Taller de Análisis de la Información, FPYCS, La Plata, mayo de 2008

**Proximidad:** cuanto más cercano sea un hecho a los lectores de un medio, más posibilidades tendrá de ser considerado noticia.

**Prominencia o Notoriedad:** el carácter destacado de: figuras públicas (funcionarios, políticos, científicos, escritores, deportistas, actores, modelos, etc.), lugares conocidos o referenciados por la mayoría (museos, monumentos, casas de gobierno, lugares históricos, turísticos, etc.), ciertos animales (exóticos, en vías de extinción, mascotas de figuras públicas, etc.) o cosas inanimadas (cuadros, libros, joyas, ejemplares de colección, canciones, etc.)

**Conflicto:** es considerada noticia toda información que suponga una disputa, una pelea o enfrentamiento; sea ésta entre personas, agrupaciones o países.

**Suspense:** son aquellos acontecimientos que, como se desarrollan en el transcurso de varios días -semanas e incluso meses-, mantienen vivo el interés del público por conocer su desenlace investigación policial, el desarrollo de un juicio, las negociaciones entre los gobiernos u organismos internacionales, etc.

**Consecuencia o Trascendencia:** es el caso de reformas legislativas, subas de precios, congelamiento de salarios, fallas o cortes de servicios, cierre de instituciones, etc.

**Rareza o Magnitud:** son todos aquellos hechos curiosos que se salen de la rutina o de lo esperado se tornan noticiables por la rareza que encierran fenómenos meteorológicos anormales, nacimientos múltiples, entre otros.

**Emoción:** este factor se constituye como elemento específico de la noticia cuando estas reflejan emociones tales como la ambición, el odio, el temor, el amor, los celos, la envidia, entre otros.

**Progreso o Descubrimiento:** los hechos que remiten a adelantos del conocimiento, descubrimientos de la ciencia o inventos técnicos provocan siempre el interés público.

Una década más tarde los mexicanos Vicente Leñero y Carlos Marín (1986) realizaron una enumeración de factores de interés periodísticos (sin apartarse de lo que señalaba Warren). Basado en el interés público agregaron, Hazaña, Humorismo y Servicio.

**Hazaña:** remite a todo aquello que un hombre, un grupo de personas, o incluso un animal, realizan “por encima de lo que sus semejantes podrían hacer”.

**Humorismo:** alude a aquellos elementos pintorescos o de color que “se utilizan para ‘refrescar’ o hacer más entretenida la información”.

**Servicio:** con este factor los autores refieren a aquellos servicios que, sin requerir un pago de por medio, prestan las instituciones periodísticas a sus lectores (publicación de cartas de lectores, turnos de farmacias, datos del tiempo, entre otras).

Por otro lado los argentinos Mabel Martínez Valle (1997) y Nerio Tello (1998), retomaron la propuesta de la ETN agregándole otros

factores. Valle agrega Oportunidad, explicando que a veces no es oportuno transmitir determinadas informaciones “porque puede provocar graves problemas por querer conseguir una primicia por ejemplo relacionados con hechos referidos a la seguridad nacional.

Por su parte, Tello, completa la propuesta realizada por el periodismo norteamericano agregando: Interés Humano, Vida o Muerte, Entretenimiento, Sexo y Dinero, Intereses Locales.

**Interés Humano:** se refiere a informaciones basadas en la vida de figuras de relevancia pública.

**Vida/Muerte:** se relaciona al interés que generan los acontecimientos en los que “interviene la vida humana bien como hazaña, como pérdida o como estado peligroso” (victimas de Once-Argentina, Ycua Bolaños- Paraguay, entre otros).

**Entretenimiento:** incluyen las carteleras de espectáculos y/o televisión, e incluso informaciones de índole deportiva.

**Sexo/Dinero:** vinculados a excesos o transgresiones (promiscuidades, abusos, drogas, prostitución, entre otros).

**Intereses Locales:** alude al interés de los lectores del lugar (cortes de luz programados, calles cerradas por obras públicas, etc.).

Alfredo Serra y Edgardo Ritacco, también argentinos (2005), reiteran la clasificación de la ETN aunque añadiendo un nuevo factor: Contrastes.

**Contrastes:** referidos a aquellos sucesos inesperados o episodios protagonizados por personas de las que se esperaba exactamente lo contrario, por ejemplo un juez corrupto.

### 3.4. La titulación.

El título se podría decir que es la síntesis de una información en una idea clara y concisa. Ahora es importante mirar cómo se consigue llegar a un titular con estas características ya que los teóricos coinciden que es un trabajo que se debe hacer buscando captar la atención del lector por medio de la provocación, proponiéndole y avisándole con que se va a encontrar o que información es la que se va a desarrollar en el cuerpo de la noticia.

Mas adelante el desarrollo teórico intenta dilucidar este punto tomando como referencia un trabajo realizado por Francisco Martínez, Lucas Miguel, Cristian Vázquez sobre la titulación en la prensa gráfica. Del mismo se tomaran conceptos propios de cada elemento para intentar explicarlos.

Gómez Mompert, señala que “el título presenta la noticia<sup>25</sup>, es como su portavoz. De aquí que deba ponerse suficiente esmero a la hora de titular, dado que aquél representa el acceso a la noticia. De cómo se invite al lector a acercarse a la noticia, de cuál sea esa solicitud, esa llamada al cliente del periodista, se conseguirá o no que lo que en su origen fue escrito para leerse (para informar) alcance su objetivo”

---

25 Cita de Gregorio Doménico. Metodología del periodismo. Rialp, Madrid, 1966. p. 81. En La Titulación de la prensa Gráfica.

Lorenzo Gomis, por su parte, advierte que “el titular es la substancia de la noticia. (...) Sólo cuando se tiene el titular se tiene la noticia. O, más exactamente, el titular es la noticia”<sup>26</sup>

Mar de Fontcuberta, afirma que “los titulares expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia” para despertar “el interés del público”<sup>27</sup>

Los autores concuerdan generalmente en la mención que hacen de los titulares al destacar sus objetivos y funciones como ser el acceso y presentación de la noticia, ser destacada como la información más importante y sobre todo en el interés que debe tener.

“Se llama titular al conjunto de dos, tres o cuatro elementos que enuncian la noticia, a saber: cintillo, volanta, título y bajada”<sup>28</sup>.

### **3.5. El título.**

El título es el elemento principal que cumple la función de informar y atraer al lector. Según el caso que fuere, se utilizará la que corresponda dependiendo básicamente del formato redaccional, ya que no es lo mismo una nota informativa, o de color.

Según el apunte de la Titulación en la prensa Gráfica existen tres tipos básicos de clasificación de los títulos: los informativos, los temáticos y los expresivos:

---

<sup>26</sup> Gomis, 1991, p. 31. En La Titulación de la prensa Gráfica.

<sup>27</sup> Fontcuberta, 1993, p. 117. En La Titulación de la prensa Gráfica.

<sup>28</sup> Francisco Martínez Lucas Miguel Cristian Vázquez. La titulación en la prensa gráfica. Universidad Nacional de La Plata Facultad de Periodismo y Comunicación Social Taller de Producción Gráfica I – 2004.

**Los informativos:** explican el sujeto de la acción, la acción misma y sus circunstancias. Tienen verbo en voz activa, muchas veces en presente aunque en el cuerpo del artículo se utilice el pasado, y no emiten opiniones ni juicios de valor. Ej: Amplían la indemnización para hijos de los desaparecidos.

**Títulos temáticos:** Son los que sólo enuncian el tema de la información, aunque permiten identificar la noticia. Son frecuentes en noticias de poco relieve o sin importancia; en los textos no informativos, como por ejemplo los editoriales; o en los recuadros, donde hay poco espacio para titular. Ej : Espanto en Siria.

**Títulos expresivos:** No aportan información sobre algún hecho, sino que evocan algo que se presume conocido. Pueden ser expresiones populares, dichos o refranes, títulos de libros y películas, letras de canciones, o simplemente palabras sueltas decoradas con signos ortográficos. A veces contienen cierta dosis de ironía. Ej: Se diluye la sangre azul de la realeza.

### **La volanta.**

Es conocida como “antetítulo” o “sobretítulo”, es el elemento que aparece, siempre, sobre el título. Tiene dos funciones principales: 1) ubicar geográfica y ambientalmente a la información, Gómez Mompert, dice que la volanta sirve para indicar “de un modo general el asunto: suele situar geográfica o ambientalmente la noticia. A veces se usa como epígrafe temático o de una información que lleva ya

varios días”<sup>29</sup>. 2) agregar y complementar a la información que brinda el título. El Manual de Estilo del diario Clarín indica: “La volanta ubica y anticipa sobre lo que informa el título, es una definición temática y puede agregar información (...) Admite una continuidad de lectura con el título, pero ello no quiere decir que necesariamente deba tenerla”<sup>30</sup>.  
Ej: **Reformas a la Ley en la Provincia de Buenos Aires.**

### **La bajada.**

Es el elemento que desarrolla y amplía la información del título de manera precisa y concisa, es la información de la que se da cuenta en el texto de la noticia. No es un resumen ni una vaga enumeración de hechos. Se la llama, también, “sumario”, “copete” y, con bastante frecuencia, “subtítulo”. Gómez Mompert, manifiesta que “añade las particularidades más sobresalientes de lo que después se desarrollará en la noticia”<sup>31</sup>. Martínez Valle coincide e indica que la bajada “aclara o complementa el título principal”<sup>32</sup> y Ortiz señala que “ayuda a bajar del título a la información”<sup>33</sup>.

Ej: Volanta Método de un cardiólogo que trabajó en la nasa

Título. **Un nuevo estudio para prevenir los infartos**

Bajada. Dicen que puede detectar la posibilidad de ataques cardíacos y cerebrales hasta con 6 años de anticipación. Lo hace analizando las arterias carótidas y datos genéticos.

---

29 Gómez Mompert, 1982, p. 28. En La Titulación de la prensa Gráfica.

30 Clarín, 1997, pp. 38-39. En La Titulación de la prensa Gráfica.

31 Gómez Mompert, 1982, p. 28. En La Titulación de la prensa Gráfica.

32 Domínguez, 1990, pp. 179-80. En La Titulación de la prensa Gráfica.

33 El País, 1990, p. 45. En La Titulación de la prensa Gráfica.

## **El cintillo.**

Enuncia un tema que, por lo general, es desarrollado por el medio gráfico en más de una página e, incluso, a lo largo de varios días o meses, se ubica siempre por encima del resto de los elementos de titulación, en el margen superior de la página y se repite el mismo cintillo en todas las páginas en las que se desarrollan noticias relacionadas con el tema que enuncia. En síntesis, su principal función tiene que ver con el diseño, dado que unifica un tema. Un ejemplo de cintillo es el que empleó el diario Clarín durante los días posteriores al atentado del 11 de marzo de 2004 en estaciones de trenes de Madrid: “Terrorismo en España”. Con él unió las informaciones relacionadas al caso durante varias ediciones.

## **Subtítulo.**

En palabras de Gómez Mompert, “sirve para aligerar la lectura y para atraer la atención de algún nuevo dato. Va entre los párrafos de la noticia, en un cuerpo mayor y/o distinto de letra que los de la información”<sup>34</sup>.

## **Destacado.**

El destacado es un elemento de diseño que sirve para resaltar frases textuales o conceptos generales de una noticia. Se ubica, siempre, en medio de la masa gris de texto de la noticia, con un tamaño mayor de tipografía. Y, en este sentido, persigue dos objetivos: 1) “Romper” con esa masa gris que conforman las letras del

---

<sup>34</sup> Gómez Mompert, 1982, p. 29. En La Titulación de la prensa Gráfica

texto noticioso para contribuir con un diseño de página armonioso y agradable; y 2) Incluir aspectos de la noticia no desarrollados en el resto de los elementos de titulación y, de esta manera, atraer la atención del lector.

### **3.6. La importancia de la Imagen.**

La frase “una imagen vale más que mil palabras” utilizada por la empresa fotográfica Fotóptica, el 19 de Agosto de 1988, en ocasión de celebrarse el día del fotógrafo y emitida como publicidad, en un diario brasileño presentaba a la fotografía como “objeto contenedor de historias”<sup>35</sup> y a su vez dejaba claro la importancia y función que podía tener la imagen en el siglo xx: influir sobre la palabra y persuadir.

En idea de Roland Barthes, la fotografía de prensa es un mensaje constituido por una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor. A la primera la representa un grupo de personas que forman la redacción del periódico, en donde cada una de ellas cumplen un rol: los que sacan las fotos, los que la eligen y componen, y por último, otras le agregan el texto titulando, poniéndole el epígrafe o el comentario. Por su parte el medio receptor es el público lector. Y el canal de transmisión, es el diario mismo.

La fotografía no es tan solo un producto o una vía, sino también un objeto dotado de autonomía estructural y esa estructura no está aislada, se comunica con otras estructuras (texto, título o comentario)

---

<sup>35</sup> Teresa Lenzi. La fotografía contemporánea como dispositivo discursivo y/o narrativo. Publicado en [http://www.ufsm.br/lav/noticias1\\_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf](http://www.ufsm.br/lav/noticias1_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf)

que acompañan la fotografía periodística; por consiguiente, la totalidad de la información está sostenida por dos estructuras:

**El texto:** la sustancia del mensaje está constituida por palabras. Es la parte lingüística.

**La fotografía:** formada por líneas, planos, colores, entre otros.

Estas dos estructuras se asisten mutuamente (nunca hay fotografía periodística sin comentario escrito) pero como sus unidades son heterogéneas no pueden mezclarse.

### **3.7. La paradoja fotográfica.**

Barthes, plantea que una imagen traduce una realidad sin codificación, la característica es ser una imagen sin código. No es la realidad pero es su “analogon perfecto”<sup>36</sup>, siendo esto lo que define la fotografía.

“En el caso de la fotografía periodística hay una realidad mediatizada. La imagen se resuelve por medio de ciertas normas profesionales, estéticas o ideológicas, antes de ser enviada a un público consumidor y este la recibe con la carga selectiva de quien la produjo, orientando su lectura e interpretación.

Encontramos en la fotografía la coexistencia de dos mensajes, por un lado un mensaje análogo, directo sin código y otro con código.

---

<sup>36</sup> Roland Barthes. El Mensaje Fotográfico.

Esto es lo que Barthes denomina la paradoja fotográfica, dos elementos de algún modo que se contradicen.

En la paradoja el mensaje connotado (o codificado) se desarrolla partir de un mensaje sin código. El mensaje denotado es absolutamente analógico, es continuo y el mensaje connotado contiene un plano de expresión y un plano de contenido, significantes y significados.

Cuando el autor se refiere al mensaje connotado quiere significar que el fotógrafo y el equipo de redactores asignan sentidos a la imagen fotográfica; que a su vez son tomados tal cual fueron emitidos o resignificados según el bagaje cultural de quien lo recibe.

Para Barthes, “la imposición de un sentido secundario al mensaje fotográfico, se elabora en los diferentes niveles de producción de la fotografía, es una codificación de lo analógico fotográfico. Es posible, entonces, ir desentrañando procedimientos de connotación que en realidad no son unidades de significación, estrictamente hablando no forman parte de la estructura fotográfica. En los 3 primeros, lo que produce connotación es una modificación de lo real”<sup>37</sup>.

Los procedimientos de la connotación que producen una modificación de lo realidad, son:

1) Truaje: utiliza la credibilidad particular de la fotografía para hacer pasar por simplemente denotado un mensaje que no es, en

---

<sup>37</sup> Roland Barthes. El Mensaje Fotográfico.

realidad fuertemente connotado. El código de connotación no artificial ni natural, es histórico.

2) Pose: son aquellas donde el sujeto adopta una postura determinada al momento de ser fotografiado y es esa postura la que da la connotación ya que “la pose es la que fundamenta la naturaleza de la fotos.

3) Objetos: los objetos son inductores corrientes de asociaciones de ideas (por ejemplo, biblioteca con intelectualidad) o incluso verdaderos símbolos porque remiten a significados conocidos.

4) Fotogenia: aquí, el mensaje connotado está dado por técnicas de impresión, iluminación y revelado. A cada técnica corresponde un significado de connotación suficientemente constante como para ser incorporado a un léxico cultural de los técnicos.

5) Esteticismo: se da en la imagen, de manera ambigua, cuando la fotografía se hace pintura.

6) Sintaxis: es natural que varias fotografías puedan transformarse en secuencia. El significante de connotación ya no se encuentra entonces a nivel de ninguno de los fragmentos de la secuencia, sino a nivel de encadenamiento. Por ejemplo, para producir una situación cómica, rara vez alcanza con una sola fotografía (cosa que no ocurre con los dibujos).

### **3.8. El texto y la imagen.**

A la lista de anteriores técnicas de connotación de la imagen, Barthes agrega el texto que acompaña a la fotografía periodística e imponen tres observaciones:

1. El texto constituye un mensaje parasitario, destinado a connotar la imagen, es decir que la imagen ya no ilustra la palabra, sino que la palabra estructuralmente es parásita de la imagen. Antiguamente, la imagen surgía a partir de un texto principal que necesitaba una ilustración; la imagen aclaraba el texto; ahora, el texto hace más pesada a la imagen, le impone una carga cultural.

2. El efecto de connotación es probablemente diferente según el modo de presentación de la palabra; cuanto más cerca se encuentra de la imagen, menos parece connotarla. Si bien la palabra nunca termina de fusionarse con la imagen, existen distintos grados dentro de la relación texto-imagen: la leyenda (o epígrafe) parece participar más en la denotación de la imagen que el título.

3. Pese a todo esto, resulta imposible que la palabra duplique a la imagen, pues en el pasaje de una estructura a otra, se elaboran inevitablemente significados secundarios. Esto se debe a que, en la mayoría de las veces, el texto no hace más que amplificar un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía. El texto puede, también, llegar a producir un significado enteramente nuevo, e incluso contradecir la imagen, produciendo una connotación reguladora.

La connotación fotográfica es una actividad institucional, y como tal posee la función social de integrar al hombre, es decir, de tranquilizarlo. Recurrir a un código es, para el hombre, un modo de probarse a través de una razón y una libertad.

En concordancia con Barthes, Teresa Lenzi<sup>38</sup> sostiene que, “aunque el fotógrafo sea un amateur, sus fotografías serán resultado de la elección de un punto de vista... influenciados por valores estéticos, culturales, artísticos. Y estas decisiones, aunque resulten sencillas y aparentemente espontáneas, son por sí mismas reveladoras de una opinión, de una intensión, de unos gustos o valores culturales”<sup>39</sup>.

El objeto fotográfico, según la autora, será “el resultado de la elección de unos elementos en detrimento de otros, de la composición” sosteniendo además que “este objeto es capturado por el receptor como un conjunto estructurado de datos. Pero será capturado por sus ojos, sus sentidos, su conocimiento, en fin, su cultura”<sup>40</sup>

#### **4. El diario como actor político.**

El periódico inserto en un espacio es un actor social y político que participa con una serie de prácticas específicas, interviniendo en

---

<sup>38</sup> Doctora en Arte e Investigación / UCLM / España. Maestra en Poéticas Visuais / UFRGS. Docente del Curso de Artes Visuais / ILA / FURG, en Fotografía, en Historia, Teoría y Crítica de Arte Contemporánea y en Metodología de la Pesquisa. Coordina un Proyecto PROBIC / CNPq y un Proyecto de Calificación de Auxilio a la Docencia /CAPES.

<sup>39</sup> Teresa Lenzi. La fotografía contemporánea como dispositivo discursivo y/o narrativo. [http://www.ufsm.br/lav/noticias1\\_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf](http://www.ufsm.br/lav/noticias1_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf)

<sup>40</sup> Idem anterior.

el campo del poder político y cultural a través de su participación en la esfera pública.

Testigo privilegiado de todas las épocas, el diario encuentra su lugar en el ambiente sociocultural y político, además ocupa una parte central en la reflexión histórica favoreciendo el conocimiento y comprensión de esos procesos. Por lo tanto, los diarios además de ser medios de comunicación masiva son actores del sistema político.

Héctor Borrat, precisa al periódico como actor político, pero se debe considerar que es posible aplicar el mismo término a los demás medios de comunicación y dice “Por actor político se entiende todo actor colectivo o individual capaz de afectar el proceso de toma de decisiones en el sistema político, el periódico independiente de información general ha de ser considerado como un verdadero actor político”<sup>41</sup>. En ese sentido, todo su accionar periodístico se enfocará a influir la conducta de otros actores con la clara intención de beneficiarse.

“El periódico pone en acción su capacidad para afectar el comportamiento de ciertos actores en un sentido favorable a sus propios intereses: influye sobre el gobierno, pero también sobre los partidos políticos, los grupos de interés, los movimientos sociales, los componentes de su audiencia. Y al mismo tiempo que ejerce su influencia, es objeto de la influencia de los otros, que alcanza una carga de coerción decisiva cuando esos otros son los titulares del poder político”<sup>42</sup>.

---

41 Borrat Héctor. El Periódico, Actor del Sistema Político. Barcelona 1989.

42 Idem anterior.

## CAPÍTULO II

### 1. Pueblos indígenas.

Las organizaciones indígenas y las Naciones Unidas han efectuado una amplia labor para precisar el concepto de pueblos indígenas. En efecto el grupo investigativo de esta tesis adhiere a la concepción de que se considera “indígena a toda persona que pertenece a esas poblaciones por autoidentificación como tal (conciencia de grupo) y es reconocida y aceptada por esas poblaciones como uno de sus miembros (aceptación por el grupo)”<sup>43</sup>.

El Consejo Mundial de Pueblos Indígenas, al respecto, indica que: “pueblos indígenas somos los grupos de poblaciones como los nuestros que, desde tiempo inmemorial, habitamos las tierras en que vivimos, conscientes de poseer una personalidad propia, con tradiciones sociales y medios de expresión vinculados al país heredero de nuestros antepasados, con un idioma propio y con características esenciales y únicas que nos dotan de la firme convicción de pertenecer a un pueblo, con nuestra propia identidad, y que así nos deben considerar los demás”<sup>44</sup>.

Por su parte, el Consejo Indio de Sudamérica ha afirmado que “los pueblos indios somos descendientes de los primeros pobladores de este continente, tenemos una historia común, una personalidad

---

<sup>43</sup> Definición señalada por el relator especial José R. Martínez Cobo, en el Informe que la Subcomisión para la Prevención de la Discriminación y la Protección de las Minorías de las Naciones Unidas le encargó. Vid. APARICIO WILHELMI, Marco, Los Pueblos Indígenas y el Estado. El Reconocimiento Constitucional de los Derechos Indígenas en América Latina, Cedecs, Barcelona, 2002, p. 19.

<sup>44</sup> Idem, p. 12.

étnica propia, una concepción cósmica de la vida y, como herederos de una cultura milenaria, al cabo de casi quinientos años de separación, estamos nuevamente unidos para vanguardizar nuestra liberación total del colonialismo occidental”<sup>45</sup>.

En el ámbito de la normativa internacional, el Convenio de la Organización Internacional del Trabajo sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes (Convenio número 169, de 1989)<sup>46</sup>, aporta en su artículo 1º un concepto general sobre las poblaciones indígenas, al establecer que: “El presente convenio se aplica: a) a los pueblos tribales en países independientes cuyas condiciones sociales, culturales y económicas les distingan de otros sectores de la colectividad nacional, y que estén regidos, total o parcialmente por sus propias costumbres o tradiciones o por una legislación especial; b) los pueblos son considerados indígenas por el hecho de descender de poblaciones que habitaban en el país o en una región geográfica ...o el establecimiento de las actuales fronteras estatales y que, cualquiera que sea su situación jurídica, conservan todas sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas”<sup>47</sup>.

Sobre estas concepciones se puede anclar en dos puntos comunes, uno relacionado con la existencia precolonial y el otro,

---

<sup>45</sup> Cita de José Emilio Rolando Ordóñez Cifuentes, en “La Cuestión Étnico Nacional y Derechos Humanos: el Etnocidio”, en Cuadernos Constitucionales México-Centroamérica, núm. 23, México, 1996, Págs. 118 y 119. Vid. APARICIO WILHELMI, Marco, op. cit., p. 13.

<sup>46</sup> Dicho Convenio fue adoptado el día veintisiete del mes de junio del año de mil novecientos ochenta y nueve, en la ciudad de Ginebra, Suiza, durante la Septuagésima Sexta Reunión de la Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo. México depositó el instrumento de ratificación ante el Director General de la Organización Internacional del Trabajo el cinco del mes de septiembre de mil novecientos noventa. Aunque la firma por el entonces Presidente de la República Carlos Salinas de Gortari, fue efectuada el día trece del mes de agosto del mismo año.

<sup>47</sup> Idem.

referido a la descendencia común, además la situación de subordinación que debe tener dentro de la sociedad nacional donde se ciña.

## **2. Reseña Histórica de Formosa.**

Los datos históricos de la provincia de Formosa que se detallan a partir del siguiente párrafo, fueron extraídos del portal de gobierno como así también, de las diferentes páginas Web- que se citan en el pié de página.

La ciudad de Formosa fue fundada el 8 de Abril de 1879, por el Comandante Luis Jorge Fontana. El 1° de octubre de 1884, por ley N° 1532 se erige en Gobernación Nacional, siendo su primer Gobernador el Coronel Ignacio Fotheringham. Formosa fue declarada por Ley 14.408 Provincia de la República Argentina, el 28 de Junio de 1955, y su primer gobernador Constitucional fue el Dr. Luis Gutnisky.

La provincia de Formosa forma parte de la República Argentina, se encuentra situada en la región nordeste del país, limita al norte y al este con la República del Paraguay, al sur con la provincia de Chaco y al oeste con la provincia de Salta.

Se extiende entre los paralelos 22° y 27° de latitud sur y los meridianos 57° y 63° de longitud oeste de Greenwich. Es atravesada, en su zona norte, El Trópico de Capricornio la atraviesa en la zona norte y se encuentra en la región subtropical del país. Ocupa gran

parte del Chaco Central que también fue conocido hasta principios del siglo pasado como Llanos de Manso.

La mayor parte de los límites de la provincia son naturales, salvo al oeste donde se trazó una línea divisoria entre Salta y Formosa, efectuada por el Ing. Barilari, a los 60° 20' 17". Al norte, la separa de la República del Paraguay el río Pilcomayo, que tiene curso normal hasta las proximidades de Tucumancito, desde allí hasta las inmediaciones de Salto Palmar, el río perdió su cauce. Otra naciente con la denominación de Pilcomayo Inferior se inicia desde dicha localidad, hasta su desembocadura en el río Paraguay. Al sur, los ríos Teuco y Bermejo, configuran un límite natural con la provincia del Chaco.

Al este, el río Paraguay, es el que nos separa con el país del mismo nombre.

Superficie: 72.066 Km<sup>2</sup>.

Población: 489.751 habitantes, de los cuales son varones 246.080 y son mujeres 243.671 (Censo 2001).

La Capital de la Provincia, Formosa alberga un total de 198.146 habitantes. (el 40% del total de la población)

Densidad: 6,79 hab./km<sup>2</sup>.

Incremento poblacional: 22,9 % con respecto al censo 1990.

### 3. División Política de la Provincia de Formosa.

Departamento	Habitantes	Cabecera	Habitantes
Formosa	209.787	Formosa	198.146
Pilcomayo	77.867	Clorinda	46.884
Laishí	16.297	Misión Laishí	4.366
Pirané	63.967	Pirané	19.049
Pilagá	17.395	El Espinillo	3.527
Patiño	64.443	Cmte. Fontana	5.657
Bermejo	12.829	Laguna Yema	2.804
Ramón Lista	10.917	Gral. Mosconi	1.141
Matacos	12.107	Ing. Juárez	10.443

Fuente: <http://www.comarcabermejo.com/turismo/formosa>

### 4. Evolución poblacional.

El actual territorio de la provincia estaba habitado en el siglo XVI, por dos grandes grupos: por un lado, los guaycurúes, y por otro lado, los matacos-mataguayos.

“Los guaycurúes comprendían los pueblos: abipones, beguaes, payaguaes, mocovíes, tobas y pilagáes. De este grupo actualmente sólo quedan muy pocos mocovíes en las provincias del Chaco y norte de Santa Fe; los tobas en el Chaco y Formosa y los pilagáes en Formosa. Del segundo grupo, los matacos-mataguayos, aún viven en las provincias de Salta, Chaco y Formosa los matacos o wichís”<sup>48</sup>.

<sup>48</sup> <http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/formosa/historia.html>

Eran pueblos recolectores-cazadores, cuya alimentación se basaba de frutos y raíces recolectados y de animales silvestres que cazaban en los montes. Ellos consumían frecuentemente; algarroba, tuna, molle, mistol cogollo de palma, porotos y miel. Entre los animales que capturaban y comían estaban la corzuela, el pecarí, el pichi, y el ñandú. La pesca se llevaba a cabo en conjunto y usaban métodos variados: pesca con red, con una vara que arrojan, parecida a una lanza corta (fija), y también usaban el anzuelo. Las redes son tejidas con fibra de caraguatá. Las comunidades se trasladan hasta la orilla de los ríos en la época de pesca. Consumían el pescado fresco y preparan harina de pescado tostándolo hasta que queda totalmente seco que luego molían hasta reducirlo a polvo. La harina la utilizaban para preparar sopa.

“Los primeros europeos de los que se sabe llegaron a pisar el suelo actualmente formoseño fueron los integrantes de las expediciones de Diego García de Moguer y Sebastián Gaboto en 1528, se considera que es desde esa época que la zona recibió el nombre español arcaico de Formosa (Hermosa) en recuerdo de una vuelta del río Paraguay con hermoso paisaje, excelente pesca y caza y muy buen terreno para acampar y fondear navíos.”<sup>49</sup>

Las expediciones se sucedieron hasta que en 1580 comenzaron a llegar religiosos de diferentes órdenes misioneras con la intención de crear reducciones indígenas. Los tobas se opusieron a toda forma de sometimiento o dominación y dieron muerte a muchos expedicionarios que organizaron viajes de descubrimiento o travesías para explorar el actual territorio formoseño.

---

<sup>49</sup> La argentina de todos, publicado en: [http://www.laargentinadetodos.com.ar/provincia\\_de\\_formosa.php](http://www.laargentinadetodos.com.ar/provincia_de_formosa.php)

Entre estas travesías se destaca la exploración llevada a cabo en 1721 por los misioneros Gabriel Patiño y Antonio Montijo, que intentaron la navegación del río Pilcomayo, pero no pudieron avanzar más allá del estero que hoy lleva el nombre del primero de ellos. También Julio Creveaux, realizó una expedición con fines científicos en 1882, murió en manos de los aborígenes.

La firme resistencia que opusieron las poblaciones originarias imposibilitó el asentamiento estable de poblaciones europeas o criollas en el actual territorio formoseño hasta fines del siglo XIX.

El 24 de noviembre de 1763, los misioneros jesuitas, encabezados por el sacerdote Padre Martín Dobrizhoffer, se instalan en cercanías de la actual localidad de Herradura, región habitada por los indios abipones, y allí fundan la misión del Santo Rosario y San Carlos o del Timbó.

Esta misión dependía de la Gobernación del Paraguay y del Obispado de Asunción. La vida en ella fue muy dificultosa debido a las permanentes incursiones de tobas y mocovíes. Los soldados eran pocos para hacer frente a los ataques y defender a los 350 abipones que residían en el lugar, quienes aprendían la doctrina cristiana y trabajaban en las chacras.

En el año 1767, los jesuitas fueron expulsados por la corona española y la labor que desplegaron los misioneros y la vida de la población en la misión quedaron paralizadas por completo.

“El gobierno nacional entendió que había que terminar con el control que poseían los aborígenes sobre esa extensión del territorio argentino y confió al comandante Luis Jorge Fontana la misión de avanzar sobre la región (...) El 8 de abril esta vez del año 1884, se erigió en Gobernación Nacional; su primer gobernador fue el coronel Ignacio Fotheringham. Formosa fue declarada provincia de la República Argentina recién el 28 de junio de 1955 y su primer gobernador constitucional fue el doctor Luis Gutnisky.”<sup>50</sup>

El actual territorio de la provincia de Formosa, entre 1811 y 1865, fue disputado por Argentina y Paraguay sin que ningún de estos países pudiera ejercitar en la práctica su soberanía sobre la región. Después de 1870 Paraguay abandonó sus pretensiones al sur del río Pilcomayo y Argentina, en 1872, hizo lo propio al norte del citado río (abandonaba las pretensiones sobre el Chaco Boreal). Bolivia, en 1829, renunció a sus pretensiones sobre el Chaco Central (Llanuras de Manso) en favor de la Argentina.

Entre 1811 y 1865, el territorio de la actual provincia de Formosa fue disputado por Argentina y Paraguay sin que ninguno pudiera hacer efectiva su soberanía. Después de 1870 Paraguay abandonó sus pretensiones al sur del río Pilcomayo y Argentina, en 1872, hizo lo propio al norte del citado río (abandonaba las pretensiones sobre el Chaco Boreal). Bolivia, en 1829, renunció a sus pretensiones sobre el Chaco Central en favor de la Argentina.

---

<sup>50</sup> Geografía Argentina. Formosa. Historia. publicado en: <http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/formosa/historia.html>

En 1865, Argentina firmó con Brasil y Uruguay el Tratado de la Triple Alianza. La actual provincia de Formosa y una extensa porción al norte hasta Bahía Negra debían quedar en territorio argentino al finalizar la guerra. Bolivia tenía la soberanía en parte del Chaco Boreal que desencadenó la Guerra del Chaco contra el Paraguay, en 1932, por la posesión de ese territorio.

Cuando Argentina ingresó a la Guerra de la Triple Alianza contó con la colaboración de las etnias originarias, enemigas de Asunción, facilitando el paso de las tropas militares hacia el Paraguay.

En octubre de 1869, Villa Occidental, ubicada frente a la ciudad de Asunción fue ocupada por las tropas argentinas al mando del general Emilio Mitre y fue rebautizada como "Villa Argentina".

El "31 de enero de 1872, un decreto del presidente Domingo Faustino Sarmiento, creaba la "Gobernación de los territorios del Chaco", región al norte del río Salado y todo el Chaco Boreal que actualmente es jurisdicción de la República del Paraguay. Por el mismo decreto se creaba, la capital de esa gobernación: "Villa Occidental" (llamada entonces "Villa Argentina", actualmente en territorio paraguayo con el nombre de "Villa Hayes")"<sup>51</sup>.

El primer gobernador de los territorios del Gran Chaco fue el general Julio de Vedia, comandante de las fuerzas argentinas apostadas en Asunción (Paraguay). El territorio estaba comprendido entre los ríos Salado y Verde.

---

<sup>51</sup> La provincia de Formosa, publicada en: [http://www.laargentinatodos.com.ar/provincia\\_de\\_formosa.php](http://www.laargentinatodos.com.ar/provincia_de_formosa.php)

“El tratado de límites firmado entre Argentina y Paraguay, el 3 de febrero de 1876 estableció, *"queda reconocido definitivamente como perteneciente a la República Argentina el Territorio del Chaco hasta el canal principal del Río Pilcomayo (...) pertenece al dominio de la República Argentina la Isla del Atajo o Cerrito"*. Argentina reconoció como paraguayos los territorios al norte del Río Verde hasta la Bahía Negra, sin tomar en cuenta que estos últimos territorios también eran reclamados por Bolivia, y sometió el territorio entre los ríos Pilcomayo, Paraguay y Verde al arbitraje del presidente Rutherford Hayes de los Estados Unidos, quien falló dos años más tarde en contra de las pretensiones argentinas. Se procedió entonces a la evacuación de Villa Occidental que fue entregada a Paraguay”<sup>52</sup>.

La capital del Territorio Nacional del Gran Chaco, entre septiembre de 1876 hasta enero de 1877, tuvo su asiento en el cuartel de la "Isla del Cerrito- Chaco".

La política del gobierno nacional consistía en dominar el territorio en poder de los pueblos indígenas confiándole al comandante Luis Jorge Fontana dicha. El 8 de abril de 1879, Luis Jorge Fontana fundó la ciudad de Formosa, sobre la margen derecha del río Paraguay, en el sitio conocido como *"Vuelta Formosa o Formosa"* y se convirtió en la capital del Gran Chaco argentino.

El 8 de abril del año 1884, se erigió en Gobernación Nacional separándose de la actual Provincia del Chaco; y su primer gobernador fue el coronel Ignacio Fotheringham.

---

<sup>52</sup> Territorio Nacional de Formosa, publicado en:  
[http://www.republicaargentina.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2784&Itemid=4674](http://www.republicaargentina.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2784&Itemid=4674)

Entre los años 1883 y 1884 fueron sometidas las poblaciones originarias y comenzó a colonizarse el actual territorio de Formosa.

La provincia "...obtuvo los mayores picos de crecimiento entre 1914 y 1957 coincidiendo con la colonización de su territorio y la construcción del ferrocarril. En 1947 superó los 100.000 habitantes, tenía alrededor de 200.000 hacia fines de la década del 60 y 300.000 hacia comienzos de los 80. La densidad media de la población de la provincia ha crecido notablemente, ya que la misma se duplicó entre 1960 y 1991 cuando pasó de 2,5 hab./Km<sup>2</sup> a , a 5,5 hab./Km<sup>2</sup>"<sup>53</sup>.

El 28 de junio de 1955, el entonces Territorio Nacional de Formosa por una ley fue declarada provincia de la República Argentina. Su primer gobernador constitucional fue el doctor Luis Gutnisky.

Según datos del Censo 2010, la población provincial asciende a 527.895 habitantes y se encuentra desigualmente distribuida. La densidad de población desciende en forma gradual de este a oeste.

La población de Formosa se compuso por elementos indígenas y europeos. Los originarios hasta fines del siglo XIX fueron los únicos pobladores del territorio hasta que el hombre blanco comenzó a explorar la región. Debido a la resistencia de los indígenas el ejército tuvo que emprender campañas militares para lograr el sometimiento de las poblaciones indígenas. Las consecuencias de la campaña

---

<sup>53</sup> Geografía Argentina, Formosa, Historia, publicado en: <http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/formosa/historia.html>

militar aún perduran. Los blancos concentran la mayor parte de la tierra mientras los pueblos originarios reclaman los territorios que habitan ancestralmente.

La población mayoritariamente habla en castellano o español mientras que las comunidades originarias conservan sus lenguas ancestrales, como el toba, el pilagá y el wichí.

Provincia de Formosa. Población total por sexo e índice de masculinidad.				
Año 2010				
Edad	Población total	Sexo		Índice de masculinidad
		Varones	Mujeres	
<b>Total</b>	<b>530,162</b>	<b>262,395</b>	<b>267,767</b>	<b>98.0</b>
<b>Nota:</b> la población total incluye a las personas viviendo en situación de calle.				
<b>Fuente:</b> INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.				

#### 4.1 Población Indígena.

Según los resultados de la Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) en la Argentina existen treinta Pueblos Indígenas.

Las personas descendientes de pueblos originarios, que se declararon en el Censo 2010, fue de 955.032 y conforman 368.893 hogares. Es decir, el 2,4% del total de población argentina y el 3% del total de hogares pertenecen a los pueblos originarios.

El 63,3% de los hogares con personas descendientes de indígenas, ha declarado ser propietario de la vivienda como del terreno, conforme a las categorías conceptuales utilizadas por el censo que no reflejan la cosmovisión indígena en su relación a la tierra. El porcentaje, es cercano a la media nacional del 67,7%.

En cuanto a la población que sabe leer y escribir, se observa que la población indígena se encuentra un 1,8 puntos porcentuales debajo del 98,1% de la media nacional.

Respecto de la población de 65 años y más que percibe una jubilación o pensión, casi el 90% recibe este beneficio, porcentaje cercano al 93% de la media nacional.

En el 2004 y 2005 el INDEC relevó la Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) con el objetivo de cuantificar y caracterizar la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente de pueblos indígenas. De acuerdo a los resultados de la ECPI, hay 600.329 personas con esta característica.

#### **Población por pueblo indígena. Total del país. Años 2004 y 2005**

<b>Pueblo indígena</b>	<b>Población</b>
<b>Pilagá</b>	<b>4.465</b>
<b>Toba</b>	<b>69.452</b>
<b>Wichí</b>	<b>40.036</b>

Fuente: INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 - Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

<b>XI:V Población urbana por pueblo indígena. Años 2004-2005</b>		
Pueblo	Región Muestral (1)	Población urbana
Pilagá	<b>Total del país</b>	<b>47.7</b>
	Formosa	48.1
Toba	<b>Total del país</b>	<b>68.6</b>
	Chaco , Formosa y Santa Fe	57.0
Wichí	<b>Total del país</b>	<b>34.6</b>
	Chaco, Formosa y Salta	27.9
<sup>(1)</sup> Región muestral integrada por la o las provincias consignadas.		
<b>Nota:</b> datos definitivos.		
La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.		
<b>Fuente:</b> INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 - Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.		

#### **4.2. Distribución territorial.**

La Provincia de Formosa cuenta con una población originaria estimada en **39.271** personas y representa el 7,43916 % de la población total, según los datos suministrados por el Instituto de Comunidades Aborígenes- ICA- de la Provincia de Formosa.

Las etnias que se encuentran asentadas en diversas regiones del territorio provincial son tres: Tobas, Wichí y Pilagás.

Los Wichí se distribuyen en la zona oeste y centro oeste de la provincia, siendo la etnia con mayor cantidad de integrantes.

En cuanto a los Tobas ocupan la región sur, norte, centro y oeste y ostentan el segundo lugar en número de población.

Los Pilagás por su parte se encuentran asentados en el centro oeste y norte del territorio provincial y se trata de la población más pequeña.

Los integrantes de las tres etnias se encuentran asentadas en 178 comunidades originarias diseminadas en toda la extensión del territorio de la Provincia de Formosa. Para mejor ilustración ver Anexo -Planilla de Comunidades Originarias o Indígenas de la Provincia de Formosa- elaborada por el Instituto de Comunidades Aborígenes (ICA).

La Ley Provincial N° 426, "Ley Integral del Aborigen", sancionada el 3 de agosto de 1984, tiene por objeto preservar social y culturalmente a las comunidades aborígenes; defender su patrimonio y tradiciones; mejorar sus condiciones económicas; la participación en el proceso de desarrollo nacional y provincial; el acceso a un régimen jurídico que les garantice la propiedad de la tierra y otros recursos productivos en igualdad de derechos con los demás ciudadanos sin afectar los modos de organización tradicional.

Este instrumento legal, además crea el Instituto de Comunidades Aborígenes, cuyos objetivos generales son: Promover la organización de cada comunidad y de los pueblos aborígenes para el trabajo y su propio desarrollo como grupo social, conforme con su cultura y costumbres; la autogestión de las comunidades para decidir sobre su propio destino, conforme con el principio de la autodeterminación; incentivar la capacitación para el trabajo especialmente de los jóvenes de las comunidades; propender el

rescate de la cultura aborígen, su patrimonio moral, espiritual y material; otorgar tierras en propiedad a los aborígenes en forma comunitaria o individual; incentivar el dictado de leyes específicas en las áreas de salud, educación, vivienda, trabajo, seguridad social y justicia; asistir a las comunidades aborígenes en los aspectos técnicos y apoyo económico para el mejoramiento de la producción y la comercialización mediante crédito de bajos intereses y otros medios; y lanzar por los medios de comunicación masiva campañas de difusión de las culturas aborígenes tendiendo a un mayor entendimiento y respeto hacia el pueblo aborígen.

El Instituto de Comunidades Aborígenes (ICA), con sede en la ciudad de Formosa, los nuclea y organiza. Cada etnia está representada por un director (elegido por los miembros de la comunidad) y un presidente (designado por el Gobierno Provincial).

### **Cuadro Estadístico de comunidades indígenas de Formosa**

COMUNIDADES	CANT	SUPERFICIE (1)	POBLACIÓN	FLIAS
TOBAS	61	42.820,79	11.048	2.450
WICHI	96	190.281,90	21.389	4.479
PILAGAS	21	41.619	6.834	1.261
<b>TOTALES</b>	<b>178</b>	<b>274.721,69</b>	<b>39.271</b>	<b>8.190</b>

NOTA: (1) Está expresada en hectáreas.

FUENTE: Instituto de Comunidades Aborígenes de la Provincia de Formosa

## 5. La comunidad Qom de La Primavera.

Para la elaboración del resumen que prosigue fue empleada información extraída del artículo “Síntesis histórica de los toba qom en Laguna Blanca –“La Primavera”- y actuación de los organismos oficiales, provinciales y nacionales”, de Lorena Cardín y Guillermo Gallo<sup>54</sup> y del Informe Especial “A 6 meses de la represión en Formosa: La cronología de la lucha Qom”<sup>55</sup> respectivamente.

La comunidad qom –Toba- se estableció en La Primavera alrededor de 1932. El cacique toba Trifón Sanabria, durante el año 1939, viajó a Buenos Aires para solicitar tierras y al año siguiente el Gobierno Nacional, mediante Decreto N° 80.513, constituyó una reserva de 5.000 hectáreas en la Colonia Laguna Blanca (leguas a y b, Sección III de la mencionada Colonia) “para ser ocupadas en reserva por los miembros de la etnia Toba del Cacique Trifón Sanabria”.

Sin embargo, Rosario Celia, un criollo, presentó una solicitud de arrendamiento ante la Nación y ocupó un sector de ese territorio. En 1951, mediante la Ley N° 14.073, se creó el Parque Nacional Río Pilcomayo con una extensión total de 285.000 hectáreas y, a través del Decreto N° 3297-52, se convirtió en la Reserva La Primavera en “Colonia”. En 1.955 se crea la Provincia de Formosa y en 1961 por Decreto N° 1.363 se hace referencia de que la Reserva Centro de Producción “La Primavera” tiene una superficie de 5107 hectáreas,

---

<sup>54</sup> Lorena Cardín y Guillermo Gallo. “Síntesis histórica de los toba qom en Laguna Blanca –“La Primavera”- y actuación de los organismos oficiales, provinciales y nacionales”. Publicado en [http://www.funpat3mil.com.ar/documentos/los\\_tobas.pdf](http://www.funpat3mil.com.ar/documentos/los_tobas.pdf)

<sup>55</sup> Publicado en <http://www.comambiental.com.ar/2011/05/6-meses-de-la-represion-la-cronologia.html>

dividida por la Ruta Nacional N° 86 en dos grandes parcelas. La parcela "A", al sur de la ruta, cuenta con un total de 3.438 hectáreas, 05 áreas, 26 centiáreas y 5.191 cm<sup>2</sup>, y la parcela "B" con un total de 1.749 hectáreas, 76 áreas, 26 centiáreas y 5.204 cm<sup>2</sup>. (total del asentamiento de 5.187 hectáreas, 81 áreas, 53 centiáreas y 0,395 cm<sup>2</sup>). Durante 1978 los criollos fueron desalojados y las autoridades provinciales establecieron a los aborígenes.

La familia Celía no fue erradicada y supuestamente le entregaron herramientas y el triángulo sobre jurisdicción del Parque Nacional Río Pilcomayo. En 1985, la Provincia de Formosa compensó a la comunidad otorgándole una fracción de tierra. En 2007, la Provincia recibió parte de las tierras de Celia para instalar la sede de la Facultad de la Producción y Medio Ambiente de la Universidad Nacional de Formosa. Al año siguiente se realizó una asamblea para elegir a las autoridades de Comisión Civil de la Comunidad resultando ganador por amplia mayoría Félix Díaz.

En enero 2010, integrantes de la Comunidad de La Primavera ocuparon el predio cedido a la Universidad Nacional de Formosa. Félix Díaz se muda con su familia a la zona del conflicto. El 25 de julio de 2010, un grupo de indígenas decidieron cortar la Ruta Nacional N° 86, ante el inicio de la obra del Instituto Universitario, la construcción de un tinglado y la instalación del cartel de obra en el predio destinado a la futura Facultad de Producción y Medio Ambiente, para intensificar la lucha. Ante la falta de respuesta de las autoridades comenzaron a endurecer la medida hasta impedir totalmente el tránsito vehicular.

El 23 de noviembre de 2010, en horas de la mañana, por orden de un juez de la ciudad de Clorinda, un grupo de policías de la Comisaría de Laguna Blanca llegó a un predio rural, perteneciente a la familia Celía, para tratar de evitar la ocupación por partes de unas diez familias de la comunidad toba. Allí se produjo un incidente entre el personal policial y los originarios. Los policías fueron perseguidos por los indígenas cuando se replegaban. Al ser alcanzados fueron golpeados y le sustrajeron sus armas reglamentarias. Lo sucedido dio origen a una causa judicial con intervención del Juez de Instrucción y Correccional N° 2 de la Segunda Circunscripción Judicial de la Ciudad de Clorinda, quien ordenó el allanamiento de las viviendas, la identificación como así a la detención de los autores del suceso. En horas de la tarde un contingente de personal de la Policía de Formosa designado para cumplir dicha diligencia judicial, no pudieron continuar el recorrido para ejecutar la orden judicial porque los indígenas que estaban realizando el corte de ruta les impedía el paso, y esta situación derivó en un enfrentamiento armado que culminó con la muerte de un integrante de la Policía de la Provincia y uno de la comunidad qom (Toba), varios heridos de ambos bandos y la detención de un numeroso grupo de indígenas, alrededor de 35 personas, por su participación en el suceso.

El incidente permitió que inmediatamente después del suceso se pudiera restablecer el tránsito vehicular por dicha vía de comunicación. Luego de la represión, 70 integrantes de la comunidad se movilaron hasta la Ciudad de Buenos Aires, y se instalaron en carpas en la intersección de Avda. de Mayo y Avda. 9 de julio, solicitando una audiencia con la Presidenta para que interceda en la solución del conflicto. A fines de diciembre, Félix Díaz, líder de la

comunidad, por la falta de respuesta inició una huelga de hambre y el 30 de ese mes se reunió con autoridades del Ministerio del Interior y otras reparticiones nacionales para exponer las problemáticas territoriales y sociales que sufre su comunidad. Se firmó un acta en el que las partes se comprometían a establecer “acciones conjuntas dirigidas a resolver el conflicto”.

Al cumplirse cinco meses de la represión y por el incumplimiento de lo acordado en el acta del 30 de diciembre, 16 miembros de la comunidad iniciaron una nueva huelga de hambre. El 2 de mayo de 2011, en la Casa Rosada se firmó un acta de compromiso creando una Mesa de Diálogo y Trabajo, integrada por organismos del Estado Nacional, Provincial y representantes de la Comunidad La Primavera, junto con organismos de derechos humanos. Una semana después acordaron elegir a los representantes de la comunidad en asamblea, prohibir el arrendamiento de tierras, solicitar al Parque Nacional Pilcomayo una evaluación técnica para solucionar la superposición en la tenencia de las tierras, avanzar en la aplicación de la Ley 26.160 y evaluar los avances realizados entre las partes. Félix Díaz regresó a Formosa y el 21 de mayo participó de la asamblea en la que se decidió que el 4 de junio se eligieran las autoridades de la comunidad. Félix Díaz fue elegido por amplia mayoría como delegado ante la Mesa de Dialogo”.

## **6. La visibilización e invisibilización de los pueblos indígenas.**

El ejercicio del derecho a la comunicación resulta de trascendental importancia para facilitar la visibilización, integración y

desarrollo de las culturas en los diversos contextos dinámicos de las sociedades modernas.

“La configuración del Estado argentino, a fines del siglo XIX y principios del XX, ha tenido como uno de sus principales móviles la eliminación, asimilación e invisibilización de los pueblos indígenas”<sup>56</sup>.

Los pueblos asentados en territorios ajenos al control y dominio estatal fueron denominados “bárbaros” y sus tierras calificadas como “desierto” para justificar la avanzada estatal en nombre del progreso, la civilización y la modernidad.

Esto significó poner en marcha dispositivos para eliminar territorios (desiertos) y poblaciones (salvajes) a fin de convertirlos en tierras productivas y poblaciones civilizadas. Cabe recordar, que los supuestos desiertos eran verdaderos vergeles paradisíacos y abundantes bosques.

“En las últimas décadas del siglo XX, se ha pasado de una política de invisibilización y homogeneización a otra de visibilización y *reconocimiento* de la diversidad cultural que se mantuvo acallada durante décadas”<sup>57</sup>.

A nivel internacional, surgió una nueva retórica ligada a la emergencia del discurso de la tolerancia y aceptación de la diversidad cultural. Los Estados latinoamericanos reconocieron en sus

---

<sup>56</sup> Schmidt, Mariana Andrea. Pueblos Indígenas, Estado y Territorio en tiempos interculturales en la Provincia de Salta. Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía N° 10 jul-dic 2011, pág. 13-40, reproducido en: [www.cig.org.ar/docs/Nº2010/Schmidt%20Mariana.pdf](http://www.cig.org.ar/docs/Nº2010/Schmidt%20Mariana.pdf)

<sup>57</sup> Idem anterior.

constituciones su carácter pluricultural y pluriétnico como así la preexistencia en sus territorios de los pueblos indígenas.

El reconocimiento y visibilización de los pueblos indígenas permitieron que cobraran impulso sus luchas y reivindicaciones en defensa del medio ambiente y del territorio.

Los Tratados, Pactos y Declaraciones Internacionales como así las legislaciones nacionales reconocen la visibilización de la condición étnica, cultural y política de los pueblos originarios pero en la práctica rara vez se cumplen por falta de voluntad estatal.

Los pueblos indígenas mediante continuos reclamos han ganado espacio y lograron ciertos cambios al obligar a las autoridades constituidas que impulsen políticas más igualitarias aunque la desigualdad continúa siendo la norma en todo el planeta.

“El tema indígena es marginal en los medios de difusión, aún en países, como Guatemala, donde la cultura indígena es omnipresente y mayoritaria. Cuando en los medios aparecen los indígenas, es como “objetos” de noticias y no como sujetos y actores sociales. Decía Rigoberta Menchú que en su propio país ella no existe, y solamente aparece cuando hace alguna “travesura”. Dijo también que para evitar los escándalos mediáticos que se producen cuando dice algo que podría irritar a los círculos de poder, muchas veces se ha autocensurado”<sup>58</sup>.

---

<sup>58</sup> Dagron Alfonso Gumucio. Palabras, agua y viento: pueblos indígenas y comunicación. Julio 2009 Publicado en : [http://www.atl.org.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481](http://www.atl.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481)

“La invisibilización existe incuestionablemente y es una manera de “desaparecer” a los indígenas como antes (y hoy todavía) se intenta desaparecerlos por las armas”<sup>59</sup>.

“Es tan común en los medios de difusión el uso de la imagen indígena desprovista de contenido, completamente plana, sin más espesor que el del papel en la que está impresa o el vidrio de la pantalla donde se mira. Son imágenes sin oxígeno, pura apariencia, que recuerdan el tratamiento paternalista que se daba al “buen salvaje”, como nos recordó Miguel Rojas Mix”<sup>60</sup>.

---

<sup>59</sup> Dagron Alfonso Gumucio. Palabras, agua y viento: pueblos indígenas y comunicación. Julio 2009  
Publicado en : [http://www.atl.org.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481](http://www.atl.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481)

<sup>60</sup> Idem.

## CAPÍTULO III

### 1. Reseña Histórica de la Prensa.

Los manuscritos realizados por los pueblos egipcios, persas y griegos en papiros dieron a conocer los relatos y hechos sucedidos en su época siendo inmortalizados gracias a esa técnica.

“Un ejemplo claro de esto se dio en Babilonia, donde, al parecer, existieron ciertas personas que desempeñaban la tarea de historiógrafos y cuya responsabilidad era la de escribir diariamente<sup>61</sup> en tablas de arcilla utilizando cuñas”.

Se cree que los primeros antecedentes del periódico vienen de las actas públicas de Roma. Eran grabados en piedra que contaban sobre distintos hechos acontecidos en el reino.

Para el siglo XV, aparece la imprenta dando nacimiento a muchas publicaciones por la utilidad de la impresión que facilitaba el trabajo.

Desde 1906 comienzan a publicarse las gacetas en forma semanal y como medio de propaganda de la monarquía.

---

<sup>61</sup> Diseño de un diario. Universidad de Buenos Aires. Publicado en: [http://www.tipografiavenancio.com.ar/archivos/apunte\\_diario\\_venancio.pdf](http://www.tipografiavenancio.com.ar/archivos/apunte_diario_venancio.pdf)

## 1.1. Transformación histórica de la prensa formoseña.

Los siguientes datos que más abajo aparecen referido a los primeros diarios y periódicos de la Provincia de Formosa pertenecen a un trabajo del historiador José Alsina<sup>62</sup>. *Diarios y periódicos formoseños. Un ensayo historiográfico*. Formosa, 1996. (Publicación de la Universidad Nacional de Formosa).

Desde mediados de julio 1875, en Villa Occidental –actual Villa Hayes, República del Paraguay- (contaba con mil habitantes), comenzó a circular el bisemanario *El Chaco*, los jueves y domingos, al costo de 1 peso fuerte. Tenía cuatro páginas y se editó hasta abril 1876 en una imprenta montada al efecto. El periódico *El Chaco* fue la primera publicación del Territorio Nacional de Formosa y sus notas eran reproducidas por el diario *La Prensa* de Buenos Aires.

*El Albor*: Fue el primer periódico semanal formoseño. Salía los domingos: Suscripción \$ m/n 0,40. El responsable era J.E. Robiroa, se imprimía en calle San Martín (frente del puerto), formato 11/20, similar a una hoja de 20 x 30 cm., a tres columnas y cuatro páginas.

*El Eco de Formosa*: En la Navidad de 1887 apareció este semanario. Tenía un formato de 40 x 30 cm. Contaba con cuatro hojas y se editó hasta el año 1892.

---

<sup>62</sup> Oriundo de Catamarca, se desempeñó como Profesor de Historia e Investigador de la Universidad Nacional de Formosa-UNAF- fue además Director y organizador del Archivo histórico de la Provincia de Formosa en 1994 y por Resolución Ministerial N° 2214 a partir del año 2003, se puso el nombre de “Profesor José Alsina” a la sala de lectura del Archivo .

*El Eco de las Niñas:* Empezó a circular a fines de 1889. Se tiene conocimiento de la existencia de este periódico por una salutación publicada por el *Eco de Formosa* con motivo de la salida dicha publicación.

*Periódico el Combate:* En la segunda semana de diciembre de 1891 se publica este periódico dominical. Era editado por dos paraguayos exiliados y se distribuía en Formosa y clandestinamente en el Paraguay. Formato: 26 x 40 cm., cuatro páginas. Circuló hasta fines 1892. Suscripción: Formosa \$ m/n 1,00, en las colonias \$ m/n 1,50 y en el exterior \$ Oro 0,50.

*Nueva Época:* En noviembre 1915 apareció este periódico, era dominical y tenía un formato tabloide, con cuatro páginas. Su primer director fue Antonio Cabral. Se imprimía en los talleres gráficos de España 145 (Imprenta Los Colegios). Las tres primeras páginas estaban dedicadas a noticias locales y la última a nacionales e internacionales (especialmente Paraguay). Circuló hasta 1921.

*La Voz Del Pueblo:* En febrero de 1917 apareció este bisemanario. "Órgano defensor de los intereses del Territorio". Salía los jueves y domingos. Se imprimía en España 145. Precio del ejemplar \$ 0,20, La suscripción por cinco meses era de \$ 4,50 \$ 4,80 (para el interior) y \$ oro 5 (para el exterior). Se enviaba por correo a los suscriptores del interior y exterior. Tenía cuatro páginas, con noticias locales y nacionales; con avisos y contratados.

*El Imparcial:* Apareció en abril de 1926 y circuló hasta 1933. Se publicaba los jueves y se imprimía y administraba en Belgrano entre

25 de Mayo y España, bajo la dirección de Corpus Díaz. En diciembre de 1931 se imprimió en 25 Mayo entre San Martín y Belgrano, dirigido por Adolfo Recalde. Era un órgano oficialista (Yrigoyenista). Tenía cuatro páginas, tres dedicadas a noticias locales y nacionales y una a avisos publicitarios.

*La Semana:* Dirigida por Miguel O. Trujillo. Circuló desde mediados de enero de 1923 hasta finales de esa misma década. Salía los viernes. Se editaba en José María Uriburu y Brandsen. Formato: 50 x 35 cm., a cinco columnas y con cuatro páginas.

*El Censor:* Aparece a mediados de julio de 1926. Era el “Órgano defensor de los intereses del Territorio”. Dirigido por Francisco Macías. En sus inicios los talleres funcionaba en Belgrano 353. Precio \$ 1,50 por mes, 2,50 por trimestre y 4,00 por año. Se editaba a cuatro páginas y a partir de 1930 con seis, medida 50 x 35 cm., a cinco columnas, títulos y notas con gran variedad tipográfica.

*El Nacional:* Don Silvio Godoy fundó este periódico a fines de junio de 1930 y circuló hasta el 27 diciembre de ese mismo año. Aparecía los miércoles y era impreso en talleres de la imprenta “Los Colegios”, sita en España 145. Se publicaron veintiséis números.

*Alem:* Entre los años 1939 y 1942 circuló este periódico radical. Se imprimía en la Avenida 25 de Mayo y Rivadavia.

*Tribuna:* Semanario que se distribuyó desde julio de 1927 y hasta 1939; dirigido por el periodista José Fernández Vigil, con talleres propios en Julio de Vedia 348 (González Lelong), formato 40

x 30 cm.; a cuatro columnas; de 16 páginas. Las cuatro primeras se imprimían en Formosa con noticias locales y del interior, las restantes doce se organizaban en un cuadernillo impreso en Buenos Aires, a todo color con ilustraciones al lápiz en las novelas continuadas, cuentos, avisos o tiras cómicas.

La Voz Popular: Fundado por Silvio Godoy. Su primera edición salió el 31 mayo de 1933 y circuló hasta 1951. Se distribuía los jueves, tenía 12 páginas, con un formato 54 x 38 cm., a cinco columnas. Se imprimió en talleres propios, redacción y administración en José M. Uriburu 70. A partir de 1935 se convirtió en una publicación periodística diaria. Contenía noticias de los lugares más recónditos del interior provincial porque contaba con varios corresponsales.

*Tribuna Argentina*: Se editaba todos los martes entre 1935 y 1940. Su fundador y director fue José Fernández Vigil (español). Sus oficinas funcionaron en Belgrano 954. Tenía doce páginas. Y contaba con corresponsales en las principales ciudades del interior. Las dos primeras páginas contenían noticias internacionales, nacionales, locales y del interior del territorio. Las diez siguientes páginas eran impresas en Buenos Aires con ilustraciones en color y dibujos, de modas masculina y femenina, con publicidades de las casas comerciales más importantes del país. Además, se publicaban comics famosos y obras de grandes novelistas. Las dos últimas hojas desarrollaban noticias deportivas nacionales, sociales, educativas, parroquiales y avisos comerciales.

*Diario Norte*: Data del 1° septiembre 1941, fue dirigido por Martín M. Polo, que falleció al poco tiempo y lo reemplazó el hijo Antenor Polo (a principios de 1942). Se editó hasta 1952. Formato: 35 x 55 cm., ocho páginas a seis columnas. Los talleres y oficinas funcionaron en Rivadavia y 25 de Mayo, luego en Belgrano 375. El precio era de 10 centavos en todo el país. Publicaba noticias internacionales, nacionales, locales y del interior, con avisos comerciales, carta de lectores y notas de opinión.

*El Chajá*: Desde la primera semana de junio de 1947, en forma semanal, comenzó a circular este periódico y lo hizo hasta 1950.

*Deportiva Formoseña*: Revista que se editaba semanalmente los días lunes, entre 1943 y 1945. Dirigida por Demóstenes Gómez.

Diario *La Voz Popular* (se editó hasta Marzo de 1951) y su continuador *La Voz Formoseña*: Fue fundado a menos de un año del cierre del primer medio. La primera edición salió el 15 de agosto de 1951, bajo la dirección del Dr. Luis Gutnisky. En 1960 lo dirigió el Ing. Eliseo Guanes, en 1963 Alfredo Oscar Bogiorni, en 1964 José María Barroeta y en 1965 Domingo Saavedra. Su dirección y administración funcionaba en José María Uriburu 70 hasta 1966 en que se cierra definitivamente. Desde sus inicios se ocupó de combatir al gobierno peronista nacional marcando sus contradicciones y respaldando al arco opositor. En el orden local se expresaba contra las funciones de los Interventores Federales o gobernadores designados por el Poder Central y de los políticos opositores de los municipios de Capital y del interior. Tenía un formato de 35 x 50 cm.; a siete columnas; Se inicia con cuatro páginas y con un precio de \$ 0,80 y a \$ 5 hacia 1965. En

los tres últimos años cambió el formato por las medidas de 30 x 40 cm.; seis columnas y ocho páginas; muy bien graficadas en sus títulos, avisos y diseños. En 1962 se le agregan páginas (de 4 a 8) y tiras cómicas. Se hacen más frecuentes las fotografías, en especial en los avisos comerciales y contaba además con horóscopo. Fue el único que se siguió editando después de la caída de Juan Domingo Perón. Mientras que los demás afines al gobierno fueron clausurados.

*Tribuna Peronista*: “Único vocero de los postulados revolucionados y la integral doctrina peronista en el Territorio Nacional de Formosa”: Primer semanario justicialista. Apareció a mediados de noviembre de 1946, dirigido por Demóstenes Gómez, de cuatro páginas en sus inicios (con diferentes formatos: 35 x 50 hacia 1946, 30 x 45 en 1948 y 28 x 38 en 1947), a siete y cinco columnas en el primero y último formato respectivamente. Se editó hasta la caída del General Perón en 1955. Fue un periódico informativo, doctrinario, crítico y gremialista. Netamente político que apoyaba el accionar de los Intendentes y Presidentes de Comisiones de Fomento y a la organización y labor de las Unidades Básicas.

*Diario Hoy*: Con el slogan “*Los que quieran oír que oigan. Los que quieran seguir que sigan. Mi empresa es alta y clara mi divisa. Mi causa es la causa del pueblo, mi bandera, es la bandera de la Patria*” Juan D. Perón. Era de neto corte popular y peronista. Fue una síntesis noticiosa para el Norte Argentino. Publicado en la editorial y talleres Gráficos de Adolfo Casco Miranda. Rivadavia 749. Su primera edición se publicó el 16 de diciembre de 1950. Formato de 27 x 36 cm.; en blanco y negro, a veces y por épocas, con títulos y notas especiales

en letras de colores azul celeste y fondo blanco, de ocho páginas y a cinco columnas. Salió hasta el 16 de Septiembre de 1955.

*Justicia Social*: Apareció el 20 diciembre de 1948. Dirigido por Gregorio Cejas Torres. Salía todos los lunes, desde los talleres y administración, en España 664. Tenía ocho páginas, formato de 25 x 40 cm., a cinco columnas, y con el slogan: “*anhelamos de que el capital y el trabajo sean los factores que marchen de la mano y nunca enemigos que se acechan*”. En junio y luego en Septiembre de 1955, con la caída de Perón este semanario como así “Tribuna Peronista” y “Hoy” fueron clausurados definitivamente.

Periódico Unidad: “Órgano territorial del Partido Comunista”. En el mes de junio de 1949 comenzó a editarse. Se imprimió hasta mediados de 1952, con un tiraje de treinta números. En un formato de 35 x 25 cm., de seis páginas, a cuatro columnas, y a un precio de 0,30 centavos el ejemplar. Dirección y administración en Salta y Tucumán. Se vendía entre los afiliados al Partido Comunista de Formosa y del interior. Era un mensual y trataba noticias internacionales y análisis de acontecimientos locales de rigurosa actualidad. Fue duramente combatido por los demás diarios o periódicos tanto radicales como peronistas y/o nacionalistas de la época. Los periodistas y el director fueron muchas veces querellados por incitar a la rebelión, a la resistencia contra los sectores patronales y provocar huelgas en diversos sectores laborales.

*La Voz Radical*: Periódico de la Unión Cívica Radical de Formosa. En el mes de Noviembre de 1950, salió la primera edición del mensual con los aforismos: “*Que se rompa pero que no se doble*”

- *L. Alem*” y “*Solo se van los hombres débiles que no podrán torcer el destino de la UCR - H. Irigoyen*”. Formato de 28 x 35 cm., se vendía a los afiliados a \$ 0,50, constaba de cuatro páginas, a tres columnas. Se distribuyó hasta poco antes de la caída de Perón en 1955.

*Diario Provincia*: Desde fines de abril de 1957 y durante casi dos años difundió sus notas con la frase: “*Combatir sin herir*”. Con formato de 28 x 40 cm., de ocho páginas, a cuatro columnas y tarifa de suscripción: en Capital: un mes \$ 20, tres meses \$ 55, seis meses: \$ 105 y doce meses: \$ 200. Interior: seis meses \$ 115 y doce meses \$ 220. Tenía sus talleres en Brandsen 347 y fue dirigido por Miguel Ángel Anchea. En sus páginas escribían, por lo general, personas ligadas al Partido Demócrata Formoseño, Demócratas Cristianos y otros para hacer conocer sus ideas sobre la nación y la recién nacida provincia de Formosa. Se editó hasta fines de 1958.

*El Atalaya Formoseño*: El 15 de julio de 1956 comenzó a circular el primer número. Su Director fue Gregorio Cejas Torres. Contaba con corresponsales que recorrían el territorio provincial. Las oficinas de redacción y talleres se hallaba en España 664, Se imprimía en formato de 25 x 38 cm., a tres y cuatro columnas en sus inicios y a seis en los últimos años, al igual que con 4 y 6 páginas, respectivamente. Se entregaba por suscripción semestral o anual aunque también se vendían números sueltos.

*Trinchera*: El 4 de diciembre de 1957, sale como la “*Voz de los que no tienen voz*” y como “*una tribuna de combate por la verdadera democracia*”. Su director fue Raúl Smaglione. Como se avecinaban las elecciones generales de 23 de febrero de 1958 y, al estar

proscrito en todo el país el Partido Justicialista, pugnaban por el poder la UCRP Balbinista y la UCRI Frondizista. Al editarse el primer número del periódico quincenario la intervención trató con cualquier pretexto clausurar o secuestrar esa edición. Y lo hizo porque su Registro de Propiedad Intelectual estaba en trámite. Esto posibilitó la intervención de la justicia y secuestrar en parte el periódico *Trinchera* que se vendía a \$ 2 pesos el ejemplar en todos los kioscos de la capital y del interior provincial. Fue un periódico partidario, de combate, esclarecedor y doctrinario como lo fueron *La Voz Radical*, *Alem*, *Unidad o El Censor*. Tenía 4 páginas, formato de 40 x 28 cm., con títulos y recuadros en colores rojo, verde azul o negro y fondo blanco. *Trinchera* nunca nombraba ni a Perón ni a Evita, ni al peronismo ni al justicialismo (estaba prohibido por ley). Siempre figurativamente hacía referencia al “líder”, al “jefe”, “la señora esposa del fundador de nuestro movimiento”.

*El Amanecer*: “Hemos doctrinado con los principios puros y hemos enseñado con los ejemplos más austeros y bien sabemos que estamos investidos en la más alta jerarquía política para realizar una misión histórica” H. Yrigoyen. Con esta introducción se presentaba entre 1959-1960, el periódico aludido, dirigido por el escribano Egildo Tassone. Su formato era de 25 x 35 cm., tenía cuatro páginas y cuatro columnas y se ofertaba a \$ 5 pesos. La Dirección y Administración funcionaba en Rivadavia 888. Por esa época, el partido peronista estaba proscrito y las luchas por el poder se llevan a cabo entre las fracciones radicales: UCRI y UCRP. Este medio difundía el pensamiento político del balbinismo y en sus páginas aparecían duras críticas contra el oficialismo. Se distribuía entre los afiliados y seguidores de dicha corriente interna del radicalismo pero

también lo adquirirían algunos opositores y curiosos para conocer su opinión ante los sucesos nacionales y provinciales.

*La Voz de la Provincia:* (caso inédito) En junio de 1965, fue distribuido entre los abonados o casas y/o empresas comerciales que compraron la publicidad. El periódico como slogan “*Solo los culpables rehúyen al diálogo*” (F.C.) y “*Una voz clara y valiente al servicio de la verdad*”. Tenía ocho páginas. Una de las notas motivó una denuncia del fiscal contra el periódico por “desacato” en perjuicio del Juez del Crimen N° 2 de Formosa. Fueron llamados a declarar los comerciantes que contrataron avisos comerciales sin establecerse la identidad del director ni de la editorial. Los recibos fueron firmados por un tal Luis Verdi y aparentemente el único número del periódico fue impreso en Santa Fe.

*El Diario:* El 10 de enero de 1966 fue fundado este matutino, y su primer director fue el Dr. José Ayala Montiel hasta el 15 de julio de ese año, en que renuncia, y asumió esa función el periodista Fernando Emilio Muñoz Corrales. En el orden internacional el medio apoyaba la posición norteamericana en un periodo caracterizado por la guerra fría.

Nuevo Diario: “La verdad con opinión”. El 22 de diciembre de 1980 nació este diario, aunque durante una semana se hicieron ensayos con tirada gratuita lo que fue una novedad en la historia del periodismo formoseño. En sus comienzos, contaba con 24 páginas en blanco y negro, a seis columnas y se vendía a \$ 1,50. En los primeros tiempos fue dirigido por el Dr. Alfredo Barberis. Tenía sus talleres, administración y redacción en Salta 164 y se caracterizó por su

marcado localismo y regionalismo. Luego de la segunda mitad de 1981, comenzó a ser dirigido por el periodista Raúl Eduardo Gestaldi, quien falleció el 27 diciembre de 1993, en que cierra sus puertas para ser reemplazado por el “Diario Noticias”.

*El Comercial*: Comenzó a editarse el 16 de julio de 1991, como una publicación de Scharoner’s SAIC, con dirección, redacción, administración e impresión en Irigoyen 58 y bajo la dirección periodística de René Báez, siendo editor responsable Juan Honofre Amarilla. En sus inicios contaba con 32 páginas y con 40, a partir de 1994. El precio original fue de siete mil australes. El diario se producía con la más alta tecnología de su época (conexiones satelitales, diagramación computarizada, etc.). El diario canalizó las inquietudes políticas y sociales de radicales y los disidentes del peronismo fustigando al oficialismo peronista. Logró una gran captación popular por su estilo “sin pelos en la lengua”. *El Comercial* compartió el acontecer provincial y nacional con *La Mañana* y aún hoy lo sigue haciendo; con *Nuevo Diario* hasta 1.993 y con el diario *Noticias*; durante todo el año 1994.

*Tiempo de Cambio Regional*: Comenzó a publicarse desde el 29 de septiembre de 1995. Con un formato de 25 x 35 cm. El precio del ejemplar fue de \$ 1. Su Director–editor fue Darío Alcides Solís. Los primeros cuatro meses salía de lunes a viernes y desde abril de 1996 todos los días. En sus comienzos funcionó en Belgrano 357 posteriormente se trasladó a Salta 234. La impresión era al principio en blanco y negro y al poco tiempo en colores. Se distribuía y vendía en capital e interior. Contaba con tecnología de avanzada (satélite,

sistema informático y tratamiento digitalizado de fotografías, imágenes televisivas e infografías).

*Diario Satelital*: Pertenecía a los hermanos Di Biassi. Su taller, administración y dirección funcionaba en Avenida 25 de Mayo 1250. El matutino imprimía las noticias locales y regionales. Era acompañado por una edición especial del diario *Crónica* y de un suplemento deportivo del *Diario Popular*, ambos de Buenos Aires, que se imprimía vía satélite en la ciudad de Corrientes.

*Diario Formosa*: fue fundado el 12 de Octubre del año 2000 y estaba inscripto bajo el registro de la propiedad intelectual N° 178405. Su director era el señor Daniel Torres. El Editor propietario, Talleres el Túnel S. A. y la administración se encontraba en la Calle Pringles 56 de Formosa.

*Opinión Ciudadana*: Nació el 18 de Abril de 2001 bajo la Dirección General del Dr. Alfredo Barberis. Este matutino está ubicado en Rivadavia 499 y publicado por Editorial.com.ar S.R.L. Su registro de propiedad intelectual se encuentra actualmente en trámite. Se publica sólo de lunes a viernes. Su formato es similar al A3 y tiene un perfil editorial crítico a las políticas públicas del gobierno provincial.

## **2. Historia del diario *La Mañana*.**

El 7 de Septiembre de 1.961 salió a las calles formoseñas, la primera edición del Diario *La Mañana*. El nuevo medio era dirigido por Enrique H. Read y hasta la actualidad sigue funcionando en el edificio,

ubicado en la calle Déan Funes 950, donde se encuentran las oficinas de la administración y la redacción como así el taller gráfico.

Los primeros días de ese mes, el señor Read había convocado y contratado a varias personas con experiencia para que pudieran cumplir las distintas funciones que se requerían para dar nacimiento a un nuevo medio gráfico.

La línea editorial fue diseñada por el director del medio con el propósito de que desde sus inicios se convirtiera en la caja de resonancia de todos los acontecimientos ligados al quehacer formoseño dándole prioridad a la problemática local y provincial.

*La Mañana* no sólo ofrecía información de hechos, del acontecer diario, sino que además incursionó en el entretenimiento al publicar en sus páginas: tiras de historietas, el horóscopo, el sorteo de la quiniela, reflexiones religiosas, una sección para la mujer, crucigramas y todo lo que contribuyera a la diversión y el esparcimiento familiar.

Ricardo Juan Saraceni, fue el responsable de la dirección periodística y era el encargado de seleccionar los temas cotidianos como así coordinar la tarea que cumplían los redactores hasta cerca de la medianoche.

Los canillitas, desde la medianoche, aguardaban impacientes en el acceso y las inmediaciones del edificio del diario para proveerse de los ejemplares para su venta. La distribución de los ejemplares comenzaba entre las 5 y las 6 de la mañana, horario en que los canillitas de a pie, muy pocos en bicicletas, comenzaban a deambular

para vocear por las calles de la ciudad ofreciendo el diario a la población.

En la Terminal de Ómnibus los ejemplares se despachaban para que en colectivo llegaran a los distintos pueblos del interior. Los días de lluvia, provocaban graves complicaciones para la distribución de este matutino ya que prácticamente todas las calles de la Ciudad de Formosa y las rutas, se tornaban intransitables porque eran de tierra.

En sus inicios el diario salía a la calle con 12 páginas en los que se informaba acerca de los hechos locales, deportivos, nacionales e internacionales.

Enrique Hermenegildo Read, se desempeñó como Director del Diario La Mañana hasta su fallecimiento ocurrido el 19 de enero de 1996. Asumió en su reemplazo, su hijo Enrique "Quique" Read que se desempeñó en el cargo hasta su muerte acaecida el día: 23-07-2011. Y a partir de allí asumió la conducción del medio, su viuda Claudia Bogado, quien hasta la fecha cumple con dicha función.

## CAPÍTULO IV

### 1. Herramientas Metodológicas de Investigación.

Este trabajo tomará como método de análisis las Teorías Cuantitativa y Cualitativa. La Cuantitativa, no con el único objeto de establecer conclusiones estadísticas, sino con el propósito de que sean los datos obtenidos a partir de cada clasificación los que echen luz sobre el objeto de estudio.

En efecto, los métodos y técnicas que se utilizarán en esta investigación estarán basados en la adaptación de las ideas que plantea el investigador español Juan José Igartua, en tanto señala que *“Las ciencias de la comunicación constituyen una de las áreas de conocimiento que mayor evolución ha experimentado en los últimos años. De hecho, es difícil imaginar una universidad de futuro sin las titulaciones de comunicación entre su oferta académica. Y en ese sentido, considera tres apartados: a) la comunicación como campo científico; b) las técnicas de investigación cuantitativa; y c) el análisis estadístico de los datos”*.

Se trata, entonces, de que *“para comprender la génesis o proceso de formación de un determinado objeto, se deben, obtener descripciones precisas de su estructura, analizar su flujo de intercambio y trazar su evolución e inferir su impacto”*.

En este caso, hubo un trabajo de reducción de la complejidad de esta técnica, porque el investigador debe implicarse de forma activa mediante el establecimiento y control de variables. Y, asimismo,

desarrollar minuciosamente las variables existentes, los conceptos de validez interna y externa, el control de la validez del estudio y los diferentes tipos de diseños experimentales, que ayudará a la comprensión y aplicación de este método de investigación para obtener los resultados que se expresan en los objetivos de este trabajo.

La teoría Cualitativa permite formular e intentar responder viejas y nuevas preguntas de investigación relativas a las culturas profesionales de la comunicación y a la constitución de comunidades interpretativas en las audiencias.

Las metodologías cualitativas en la investigación académica de la comunicación en América Latina son relativamente recientes ya que toman cierto auge a partir del año 1980.

Este tipo de investigación permite reconocer cómo los discursos, medios de difusión y audiencias forman parte de prácticas, instituciones y formaciones socioculturales sin cuyo referente se corre el riesgo de restar sentido a la presencia cotidiana, de esta forma se ha dado un estrechamiento de la relación entre estudios tradicionales de comunicación y análisis textuales más cercanos a la semiótica y a las humanidades.

Esta perspectiva despierta no sólo inquietudes teóricas o metodológicas, sino también pedagógicas, ante todo porque la investigación no *“se suele enseñar investigando; de ahí en parte lo*

*marginal de la observación participante y otras modalidades etnográficas en la investigación en ciencias sociales*<sup>63</sup>.

La metodología existente hasta el momento manifiesta las diferentes técnicas tomadas a veces de ejemplos de otras disciplinas distintas. Sin embargo, la casuística elegida para este trabajo se apoya en ejemplos de investigaciones en comunicación, periodismo y publicidad.

## **2. Técnica de Observatorio.**

La Unidad de Análisis se encuentra conformada por cincuenta y dos tapas del “Diario La Mañana” de la Ciudad de Formosa, seleccionadas entre las publicadas en el período comprendido entre el 7 de junio de 2010 y el 29 de junio de 2011, respectivamente. En ese lapso se decidió seleccionar una tapa cada ocho días para que correspondiera progresivamente a un día diferente de cada semana. Esta regla solo se rompió en dos ocasiones al seleccionarse las tapas correspondientes a los días 07 y 08/11/2010 y las de los días 28/02/ y 01/03/2011, respectivamente.

Para volcar los datos extraídos de cada una de las tapas del diario *La Mañana*, se confeccionaron varias Planillas de Cálculo<sup>64</sup>. A

---

<sup>63</sup> Sandoval, García Carlos, Artículo: “Comunicaciones: de la gran teoría a las aproximaciones cualitativas”, Publicado en la Revista Ciencias Sociales de Costa Rica. Publicado en la página web: <http://www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr/comunicacion-de-la-gran-teoria-a-aproximaciones-cualitativas/>

<sup>64</sup> Diseño de diario. Contenido teórico 6. Carrera de Diseño gráfico. Universidad de Buenos Aires (UBA) [www.tipografiavenancio.com.ar](http://www.tipografiavenancio.com.ar) “Presenta un conjunto de datos de cierta complejidad ordenados en formas de columnas horizontales y verticales. Se utiliza cuando los datos son demasiados complejos...”

continuación se explica el contenido de cada uno de los gráficos que se encuentran en el anexo de esta investigación.

## **2.1. Descripción física de las planillas, cuadros y gráficos**

**Planilla Observatorio:** Incluye cinco lengüetas:

- Observatorio 2010;
- Observatorio 2011;
- Estadísticas;
- Paginación; y
- Problemática Indígena.

Cada uno de dichos archivos se desarrollan de la siguiente manera:

- **OBSERVATORIO 2010/2011**

Se descompone en las siguientes categorías: Día, Títulos, Tipos, Estilos, Página, Clasificación, Imágenes, Publicidad (Pub) y Observaciones (Obs)

**Día:** Fecha de publicación del diario.

**Títulos:** Se transcriben de manera textual cada uno de los títulos que aparecen en la unidad de análisis.

**Tipos:** Esta columna clasifica a los títulos en principales, secundarios y complementario.

**Estilos:** Divide a los títulos -según la clasificación realizada por, Francisco Martínez, Lucas Miguel y Cristian Vázquez- en informativo, temático y expresivo.

**Página:** Indica donde se amplía la noticia del título que fue tapa.

**Clasificación:** Especifica el tipo de título en Internacional, Nacional, Regional, local o Interior.

**Imágenes:** Las utilizadas por el diario en sus tapas, se clasifican en Fotografías y Fotomontajes.

**Publicidad:** Esta columna remite a las publicidades que aparecen en las tapas.

**Observación:** En esta categoría se aclara el nombre del suplemento en la que aparecen las noticias deportivas (Ovación)

### **Cuadros y Gráficos Estadísticos.**

Los datos relevados son volcados en cuadros numéricos y utilizados para confeccionar gráficos de barra que expresan los datos de manera cuantitativa y los circulares de manera porcentual. En esta columna se agrupan los siguientes gráficos:

\*Cuadro comparativo de **Tipos de Títulos** publicados en tapa del diario *La Mañana*. De 461 títulos que aparecen: 52 son principales, 52 secundarios y 357 complementarios lo que traducidos en

porcentaje arroja un 11 % para los dos primeros y un 78 % para la última categoría.

\*Cuadro comparativo de **Estilos de Títulos** publicados en la tapa del matutino. En los gráficos realizados puede leerse que de los 461 títulos, 104 fueron de tipo informativos (23%), 326 temático (70%), 0 expresivo (0 %)

\* Cuadro de **Clasificación de títulos según sección** en el que se amplían las noticias. Los 461 títulos que aparecen en tapas, fueron separados según las secciones en la que se ampliaron. De esta manera surge que: 66 fueron internacionales, 168 nacionales, 9 regionales, 172 locales y 46 interior; traducido a datos porcentuales equivalen a un 14%, 36%, 2%, 38% y 10 % respectivamente.

\* **Problemática Indígena:** se utilizó el mismo cuadro y las mismas categorías, que se describen en la planilla observatorio. Estos datos fueron volcados en cuadros y gráficos estadísticos en la lengüeta nominada Estadísticas Problemática Indígena.

## **2.2. Cuadros y Gráficos Estadísticos sobre Problemática Indígena.**

- Cuadro comparativo de Tipos de Títulos sobre Problemática Indígena. De los 11 Títulos que refieren a temáticas aborígenes, en la tapa: 2 son principales, 2 secundarios y 7 complementarios. En porcentajes representan: 18 % para las dos primeras clasificaciones y 64 % para la última.

- Cuadro comparativo de Estilos de Títulos sobre Problemática Indígena. 4 son informativos (36 %), 7 temáticos (64%) y ninguno expresivo.

- Cuadro comparativo de Clasificación de Títulos sobre la Problemática Indígena. De los 11 Títulos, referidos a la problemática indígena, 2 fueron de carácter Nacional, 7 Local y 2 del interior..

- Cuadro comparativo sobre los Días de publicación de títulos sobre Problemática Indígena. En esta categoría se estableció - a través de los datos recolectados- que: 3 títulos aparecieron un día lunes, 2 un martes, 1 el miércoles y 2 un jueves. En porcentuales, los títulos aparecidos los días domingo y lunes representan un 27.5 %, los martes y jueves un 18% y los miércoles un 9 %.

- Proporción de aparición en tapas de la temática Indígena. De las cincuenta y dos (52) tapas, once (11) se relacionaban a la problemática indígena y que representan el 21.5 % del total.

**Paginación:** Contiene una planilla con datos de los 52 títulos publicados en tapas, según la/s página/s en que fueron ampliadas. De la misma manera se registraron los datos relativos con la problemática Indígena. De los 11 títulos que aparecieron en tapa, 4 fueron desarrollados en la página central, 2 en las páginas 15 y 31, y 1 en las páginas 19, 21 y 35, respectivamente.

### 3. La Entrevista.

Ezequiel Ander-Egg, en su obra “Técnicas de investigación social”<sup>65</sup>, define a la entrevista como “*la obtención de información mediante una conversación de naturaleza profesional*”, proceso que presupone la participación de al menos dos actores que interactúan verbalmente y de manera recíproca.

En el transcurso de dicha conversación una persona adopta el rol de entrevistador y otro u otros asumen el papel de entrevistados, mientras que el diálogo tiene lugar de acuerdo con pautas establecidas, acerca de un problema o de una cuestión determinada.

Las principales funciones de la entrevista son:

- La obtención de datos respecto a individuos o grupos.
- La facilitación de información.
- La influencia sobre determinados aspectos de la conducta.

Siguiendo el criterio expuesto por el intelectual, la entrevista puede clasificarse teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Según el grado de regulación de la interacción.
  1. Estructurada, formal o con cuestionario. Este tipo de entrevista tiene como base para su desarrollo una serie de preguntas preestablecidas, abiertas o cerradas, cuyo orden y formulación deben ser respetados.
  2. Semiestructurada, sin cuestionario. En este caso, el punto de partida radica en un guión que incluye un punteo de temas

---

<sup>65</sup> Ander Egg Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. Lumen. Argentina (1995). 24° edición.

estimados para la entrevista. No sigue una secuencia rígida y deja las puertas abiertas a otros interrogantes que puedan surgir.

3. No estructurada. Se caracteriza por una mayor flexibilidad, brindando mayor libertad, tanto al entrevistador como al entrevistado. Consiste en preguntas abiertas que son respondidas dentro de la conversación, sin una estandarización formal. Dentro de este tipo es posible hallar modalidades como la entrevista: focalizada, clínica y no dirigida.

- Según la situación de la interacción. En este caso puede ser efectuada cara a cara, por vía telefónica o mediante tecnologías informáticas como mensajería instantánea, videoconferencia, entre otras opciones.
- Según el número de participantes. Puede tratarse de una entrevista individual, en panel (consta de varios entrevistadores) o en grupo (incluye varios entrevistados).

Víctor Hugo Bértoli y José Mendoza, Coordinador y Jefe de la Sección Locales del diario *La Mañana* de Formosa, fueron entrevistados individualmente. Según el grado de regulación de la interacción el encuentro fue semi-estructurado; según la situación de la interacción fue cara a cara y según el número de participantes en panel.

En el anexo se encuentran agregadas las transcripciones de las entrevistas a ambos responsables de la construcción de la tapa del diario *La Mañana*.

#### **4. Técnica del Estudio de Casos.**

El estudio de casos se inscribe en el marco de la metodología cualitativa y produce información sobre singularidades, particularidades, acciones y situaciones respondiendo a las preguntas: ¿cómo? y ¿por qué?

Esta herramienta se emplea cuando al objeto se lo considera a priori complejo. Las unidades de análisis de estudio de casos pueden ser personas, instituciones, documentos, un hecho particular, entre otros.

Después de definir las unidades de análisis y los procedimientos para recopilar la información se obtiene los datos pertinentes.

Se busca lograr información de sujetos, comunidades, contextos, variables o situaciones singulares. El investigador utiliza una postura reflexiva y trata de dejar de lado sus creencias o experiencias de vida relativos con el tema de estudio para que no interfieran en la recolección de datos.

“Los datos cualitativos consisten en la descripción profunda y completa de eventos, situaciones, imágenes mentales, interacciones, percepciones, experiencias, actitudes, creencias, emociones, pensamientos y conductas reservadas de las personas, ya sea de manera individual, grupal o colectiva. Los datos se recolectan con la

finalidad de analizarlos para comprenderlos y responder así a preguntas de investigación o generar conocimiento”<sup>66</sup>.

Para evitar contratiempos en los estudios de casos conviene emplear una combinación de técnicas para obtener la información, tales como observación de documentos, estadísticas y colaboración de personas expertas en el sector estudiado.

Los tesistas debatieron e intercambiaron ideas en forma grupal para producir información relevante, desde distintas perspectivas, sobre un fenómeno complejo como la construcción de las tapas del diario *La Mañana* relacionados con la problemática de los pueblos indígenas de Formosa.

---

<sup>66</sup> Castro Monjes, Edgar. El estudio de casos como Metodología de Investigación y su importancia en la Dirección y Administración de Empresas. Revista Nacional de Administración. Julio-Diciembre, 2010. Pág.46. Publicado en: [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3693387.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3693387.pdf)

## CAPÍTULO V

### 1. Lógicas de Construcción Periodística.

Sobre el concepto de las lógicas de construcción periodística de las noticias existen distintos criterios comunicacionales para explicarlo y no puede considerarse como un tema cerrado. Sumado a los cambios permanentes que se producen en los medios y la sociedad se dan distintas formas de construcción de las noticias. **Miguel Rodrigo Alsina** dice que *“El trabajo periodístico informativo es una tarea organizada que se realiza en una institución que tiene su propia normativa productiva”*<sup>67</sup>.

Al respecto, Antonio Franco, director adjunto de *El País* (España), al explicar la actividad de su diario (El País, 21-6-1985), recoge las distintas etapas: *«El País, diariamente promueve, primero, la cobertura de los temas de interés; selecciona y valora, después, las noticias ya elaboradas, y realiza, finalmente, los controles de calidad sobre lo que va a ser publicado. [...] Este mismo Consejo (se refiere al Consejo de Editoriales) establece criterios y líneas generales de actuación sobre los artículos de colaboración literaria o política, así como las tribunas de opinión que deben acompañar a las informaciones, asesorando a los encargados específicos de estas parcelas»*<sup>68</sup>.

---

<sup>67</sup> Rodrigo Alsina, Miguel, “La Construcción de la Noticia”, Paidós, Barcelona- Buenos Aires- México, Cap. 4 “El Trabajo Periodístico” 4.2 Fases del Trabajo Informativo pag.100.

<sup>68</sup> Idem. pag.102

### **3. Tratamiento de la Tapa del diario *La Mañana*.**

El nombre de un diario es el primer elemento utilizado por el medio gráfico para llamar el interés del lector. Entre los recursos de diseño periodístico que utilizan los diarios, en soporte papel, hay dos elementos fundamentales para la identificación del mismo a simple vista: la cabecera y el uso de una determinada combinación tipográfica que se repiten diariamente.

Ambos elementos ayudan a crear lo que se denomina el hábito visual (Brajnovic, 1979) del lector que a su vez contribuye a mantener la fidelidad de éste hacia su publicación.

La portada del diario *La Mañana*, se destaca por poseer una cabecera con la figura de un gallo a la izquierda y su nombre a la derecha en color negro. Por debajo del nombre se divisa un banner rojo, que deviene de la página Web y seguidamente una foto a todo color. En la cabecera están incluidos igualmente otros datos, tales como: el slogan, la fecha, el año, el número, el precio del ejemplar y la página web. Es además un rasgo que contribuye a romper con el color negro que caracteriza a la prensa gráfica.

#### **2.1. Diseño del Medio.**

El diseño del Diario *La Mañana*, deviene de los diarios nacionales, principalmente de *Clarín* y *La Nación*, después con la aparición de la Internet y el rediseño de los diarios en su huella-marca, se toma de las páginas web. En los últimos años su diagramación de tapa se asimiló también al diario *Perfil*.





Luego se ubica la fotografía de la nota principal y debajo de ella el título principal que ocupa toda la parte superior de la tapa e inclusive se extiende por debajo de la línea media.

En coincidencia con la línea central, pero debajo de lo descrito, en la mitad inferior del tabloide se encuentra una noticia secundaria

que tiene un título y una fotografía de menor tamaño que el del título principal.

Desde la parte media y hacia el pie, en el lado izquierdo, en una columna y media, se ubican cuatro títulos temáticos con un resumen (títulos complementarios<sup>69</sup>). El primero de ellos en color rojo y en negrita. En todos se indica la página en la que se amplían en el interior del diario.

En la parte inferior aparece el nombre del Suplemento Deportivo “Ovación” con una noticia breve y un fotomontaje. Hacia la derecha de esta columna de noticias, se ubica la fotografía que correspondería a la noticia de segundo orden en jerarquía, ubicándose por debajo su título.

Debajo de este título se encuentra también a modo de celdas o recuadros la cotización del día de varias monedas extranjeras.

En el lado derecho y con el mismo formato de columna (que en el margen apuesto) desde arriba hacia abajo se encuentra en primer orden un título con fotografía, debajo un pequeño desarrollo correspondiente a esta noticia y luego la página en la que se encuentra en el interior del diario. Seguidamente hacia abajo otra noticia con la misma diagramación anterior.

---

<sup>69</sup> Título complementario: Es el título que aparece en tapa y que generalmente contiene una palabra y excepcionalmente hasta tres palabras.

## 2.2. Tratamiento de los Titulares.

Los titulares son, aunque no desde el inicio del periodismo impreso, elementos imprescindibles de las informaciones periodísticas. Su contenido trasmite el hecho noticioso y su forma expresa, de manera gráfica, el sentido editorial que cada publicación quiere atribuir a los hechos acontecidos y presentados.

En todo diario, sin importar el soporte o dispositivo, la titulación de su primera plana es no solo el resumen de la/s noticia/s, que el medio considera más importante, sino también una llamada de atención hacia su lectura. Por otra parte, esta titulación tiene la posibilidad de ser un instrumento importante, de influenciar en la opinión pública.

El diario analizado no escapa de esta realidad, ya que se vale de grandes títulos, para despertar la curiosidad del lector. Que además al ser un gancho, se transforma en una ventaja que provoca a la lectura de las noticias, que también son elementos o centros de interés para una búsqueda significativa de datos.

*La Mañana*, con su slogan Diario Independiente, en su tapa utiliza un título de grandes dimensiones<sup>70</sup>, otro secundario<sup>71</sup> en menor importancia y siete complementarios ubicados, cinco a la izquierda y dos a la derecha. Es decir que, recurrentemente la portada desarrolla un mínimo de nueve informaciones, salvo que fuera utilizada la parte inferior para agregar una publicidad.

---

<sup>70</sup> Título principal: Se denomina al de mayores dimensiones dentro del diseño de tapa.

<sup>71</sup> Título secundario: Es el que teniendo en cuenta las dimensiones le sigue en orden decreciente al título principal.

### **2.3 Tratamiento del Formato.**

Existen tres elementos cotidianos y comunes a todas las ediciones impresas del diario: el columnado, la paginación y la jerarquización de las informaciones. En este sentido el diseño es fundamental.

*La Mañana*, posee un formato tabloide recurrente a seis columnas, la distribución de la información, es típica al comprobarse que en su recorrido histórico el medio mantiene un mismo orden.

### **2.4. Tratamiento de las Noticias.**

En las muestras seleccionadas se observa que el medio coincide, en el tratamiento temático de las noticias pero no en el lugar en que se amplían las informaciones principales presentadas en tapa. En cuanto a ello, las noticias principales que se presentan se desarrollan generalmente en página central aunque en reiteradas ocasiones no es así.

### **2.5. Tratamiento de la Fotografía.**

Roland Barthes, un estudioso de la fotografía, sostiene que esta no es una estructura aislada; porque se comunica por lo menos con otra estructura, que es el texto. Título, leyenda o artículo suelen acompañar a toda fotografía periodística.

Por consiguiente, la totalidad de la información está sostenida por dos estructuras diferentes, una de las cuales es lingüística. Estas

dos estructuras son concurrentes, pero como sus unidades son heterogéneas, no pueden mezclarse. En un caso la sustancia del mensaje está constituida por palabras (el texto); en el otro por líneas, planos, tintes (la fotografía). Además, ambas estructuras del mensaje ocupan espacios reservados, contiguos.

En el caso del diario analizado se aprecia que opta por mostrar una gran foto, la que, según el criterio editorial, muestra mejor el hecho. Se integra al título de la nota principal.

En la tapa del diario *La Mañana* la fotografía color principal, está acompañada por un epígrafe y posee información complementaria que la vincula hipertextualmente con la nota correspondiente. Por otra parte, en el interior de sus páginas – al desarrollar las notas de tapa - utiliza fotografías más pequeñas o medianas. La imagen interactúa con lo lingüístico y reviste de sentido a la palabra.

## CAPÍTULO VII

### 1. Análisis

#### 1.1 Introducción

Abordar el análisis de un fenómeno implica abrirse a todas las miradas posibles. Es decir, las perspectivas analíticas confieren libertad de expresar diversos puntos de vista sobre una misma cuestión. La dimensión de este análisis encuentra vínculos concretos con la noción de Complejidad que propone Edgar Morin.

En tal sentido, Morin expresa que “Cuando se dice que algo es complejo, se reproduce la imagen de algo complicado en extremo, en un asunto difícil o enmarañado. Pero en otros tiempos a nadie le pasaría por la mente que la complejidad llegaría a las ciencias (1998; 252)”.

“La idea misma de complejidad -señala Morin- lleva en si la imposibilidad de unificar, la imposibilidad del logro, una parte de incertidumbre, una parte de indecibilidad y el reconocimiento del encuentro cara a cara, final, con lo indecible” (1994).

En el orden práctico, este trabajo apela a Lo dialógico, en cuanto permite mantener la dualidad en el seno de la unidad, asocia dos términos a la vez complementarios y antagónicos. Se puede afirmar que la dialógica está inmersa en el diálogo constructivo y deconstructivo y que ella es una media hija de la dialéctica. Puesto que hay una complementariedad entre dos realidades que son, al mismo tiempo, antagónicas. Por ejemplo, hay una relación dialógica

entre los principios de orden y desorden, y, entre ambos producen organización y complejidad (1994; 151). Y en una segunda instancia, también está presente Lo hologramático, es decir, no sólo la parte está en el todo sino que el todo está en la parte. Así como la localidad está en lo nacional y lo nacional en la localidad, o la globalidad en lo nacional y lo nacional en la globalidad.

Es relevante señalar esta apelación al concepto de Complejidad, por cuanto en esta etapa los integrantes del trabajo aportan miradas diferentes (y con frecuencia profundamente encontradas) acerca de las características fundamentales del fenómeno que llamamos “construcción periodística de las tapas de los diarios” en lo referido a los pueblos indígenas en particular.

Es de allí, que se manifiesten en este análisis todos los enfoques posibles, elementos de debate y expectativas particulares, ya que se trata de una etapa de estudio y no de una conclusión.

Debido a la “compleja” y diversa composición del grupo de trabajo y amparados en la noción de Complejidad y los instrumentos de análisis ya aludidos, es destacable conferirle a esta parte del trabajo calidad de provisionalidad académica, por cuanto es consideración del grupo entender que con mayor experiencia en Investigación de la Ciencias Sociales, se arribarán a nuevas categorías de análisis.

Ahora, en dirección al tema en cuestión, es oportuno señalar que los títulos de las tapas del diario *La Mañana* mantienen relación con la problemática de los pueblos indígenas que habitan en la

Provincia de Formosa, en el período comprendido entre el 7 de junio de 2010 y el 29 de junio de 2011. Esta consideración, aunque cierta, adquiere relatividad según las expectativas de los autores y a partir de sus propias experiencias en materia periodística y aún como lectores de diarios y miembros de la sociedad formoseña.

## **1.2. Problemática Indígena.**

En efecto, no se trata aquí de dictaminar si dicha relación entre las tapas y la problemática aludida es plausible de ser dimensionada en cantidad o calidad. Simplemente, se expresa que la relación existe, en otras palabras se sostiene que la problemática de los pueblos indígenas no es invisible para la tapa del diario *La Mañana*. En números fríos, las portadas sobre esta temática ascienden a (11) once en total. Comparado con la cantidad de tapas (52) que integran la muestra, ese guarismo representa el 21,15 %.

Según la observación de uno de los integrantes de este trabajo, la relación entre tapas analizadas y la cantidad de títulos vinculados con la problemática de los pueblos indígenas puede ser considerada relativamente alta, si se tiene en cuenta que la minoría indígena representa sólo el 7,4% de la población total de Formosa.

La cantidad de títulos publicados en tapa relacionados con la problemática de los pueblos indígenas de Formosa se incrementó durante el período analizado y esta situación se confirma en la medida en que varios de los títulos se vinculan en forma directa con un acontecimiento extraordinario denominado por la prensa como “El caso de La Primavera”.

Entre los títulos que forman parte de las tapas del diario *La Mañana* de Formosa, en el período analizado, que guardan directa relación con el incidente armado entre los integrantes de la comunidad de La Primavera y efectivos de la Policía de la Provincia se encuentra la que fue publicada el día 2 de diciembre de 2010, bajo el título “Conferencia”. Allí se da cuenta de que el líder qom Félix Díaz ofreció en la Ciudad de Buenos Aires una entrevista a los medios de comunicación social con relación a los sucesos de la Colonia La Primavera.

El 20 de febrero de 2011, bajo el título de “Informe”, se refiere que la Comisión Interamericana de Derechos Humanos requirió al Poder Ejecutivo Nacional un informe para determinar si brindó protección a los tobas formoseños. El 1 de marzo del mismo año aparece un título principal consignando que “El gobierno abre canal de diálogo con los qom de La Primavera”, ya que se había realizado una reunión entre las autoridades del gobierno provincial con integrantes de la comunidad indígena, acompañados por miembros de sendas organizaciones defensoras de los derechos humanos, para atender los reclamos comunitarios.

Los títulos relativos a la problemática de los pueblos indígenas de Formosa se vinculan a noticias provinciales -tanto locales como del interior- no obstante, durante el período analizado se comprueba que dos de ellos tienen trascendencia pública en el ámbito nacional.

A través de la observación de las tapas de *La Mañana*, se puede advertir que existe una prevalencia de títulos relacionados con

acontecimientos acaecidos en diversos ámbitos a nivel local y, en menor proporción, en el interior de Formosa por sobre otros que se produjeron en diferentes contextos.

Esta apreciación puede verse confirmada con lo señalado por Víctor Hugo Bértoli y José Mendoza, coordinador y jefe de la Sección Locales del medio gráfico, cuando sostienen que el matutino le “otorga prioridad a las temáticas locales para la construcción de las tapas”.

El diario *La Mañana*, en la diagramación de sus tapas, le asigna una significativa importancia a la utilización de las imágenes en colores –una fotografía grande que acompaña al título principal, una fotografía mediana para el título secundario y dos fotografías pequeñas para sendos títulos complementarios, además de un fotomontaje para el título del Suplemento Deportivo Ovación-. Todos esos elementos se constituyen en un recurso visual para atraer la atención de los lectores.

La mayoría de los títulos de tapa relacionados con la problemática de los pueblos indígenas formoseños derivan de situaciones de conflicto (cortes de rutas para reclamar tierras, viviendas, planes sociales, entre otros). Esos acontecimientos son jerarquizados para su publicación por el medio gráfico, ya que afectan los intereses de la población de Formosa.

### **1.3. Selección y jerarquización de las noticias.**

En el procedimiento habitual para la selección y jerarquización de los acontecimientos noticiosos que serán utilizados para la

construcción periodística de la tapa del diario *La Mañana* se consideran prioritariamente aquellos que interesan y/o afectan a la mayor cantidad de personas (situaciones relacionadas con los servicios públicos esenciales: energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico, transporte automotor, entre otros) y los hechos policiales de repercusión pública (accidentes de tránsito con víctimas fatales, asesinatos, suicidios, robos, secuestro de estupefacientes, entre otros).

Las medidas de protesta que suelen realizar los integrantes de las distintas etnias indígenas diseminadas en todo el territorio formoseño por reclamos de tierras, viviendas, asistencia social, planes sociales, entre otros, trasciende el ámbito propio de esta minoría, ya que al proceder al mecanismo del corte de las rutas para requerir a las autoridades gubernamentales la satisfacción de tales demandas, el acontecimiento se constituye en una cuestión de tipo político y social.

Este modo de protestas, generalmente, al impedir la circulación de vehículos y personas por las rutas (vías de comunicación o de tránsito público) restringen derechos ciudadanos reconocidos constitucionalmente.

Los integrantes de las comunidades indígenas cuando observan que sus demandas no son atendidas por las autoridades suelen endurecer gradualmente su postura hasta impedir por completo la circulación por el lugar. Si los cortes de ruta se efectúan en sitios estratégicos, las consecuencias son consideradas socialmente graves, debido a que los transportistas no pueden entregar los bienes y productos al sector comercial, lo que puede acarrear un

desabastecimiento de mercancías de primera necesidad y de materias primas. Esa situación se encadena provocando un desabastecimiento gradual en las poblaciones cercanas y puede también extender el perjuicio al comercio internacional y a diversas ciudades de la República del Paraguay cuando la medida se concreta sobre una vía internacional o en la zona limítrofe.

De esta manera, un mero reclamo social de una minoría se transforma en un hecho de características penales o en un caso policial y en un caso judicial de consecuencias y resolución imprevisibles que concentra la atención de la comunidad en general.

Las particularidades y condiciones singulares de los hechos de esta naturaleza fusionan los criterios de noticiabilidad que los responsables de decidir acerca de los títulos emplean para la realización del proceso de selección y jerarquización de lo que incluirán en la tapa del medio gráfico.

En ese sentido, se debe recordar que los casos policiales y aquellos relativos a los servicios públicos esenciales concitan el interés de los lectores debido a su implicación con el acontecimiento y de esa forma resumen el criterio periodístico para su inclusión entre los títulos de tapa.

La aparición en las tapas de los pueblos indígenas está sujeta a lógicas de construcción periodística que adopta el medio a la hora de diseñar, diagramar y publicar el acontecimiento que, al ser seleccionado y jerarquizado, se convertirá en información de tapa.

En ese sentido, un punto relevante a tener en cuenta son los encargados de tomar las decisiones a la hora de realizar lo que se denomina construcción periodística.

El diario *La Mañana* tiene un equipo conformado por una parte que representa a la Dirección del medio en el que se encuentran la directora, Claudia Bogado de Read o, en su reemplazo, el coordinador de secciones Víctor Hugo Bértoli.

Otra parte, está constituida por el grupo de redacción compuesto por dos jefes de secciones, José Mendoza y Daniel Méndez.

Durante esta investigación se entrevistó a un representante de cada una de esas partes: los señores Bértoli y Mendoza, quienes expusieron sus criterios a la hora de seleccionar y jerarquizar las noticias de tapa.

De ambas entrevistas, se desprenden una serie de factores que intervienen en la lógica de construcción periodística propia de este medio.

A partir de la charla mantenida con el señor José Mendoza, puede apreciarse que el armado de tapas surge del acuerdo entre las partes encargadas de esa tarea.

Según palabras de Mendoza, la definición sobre cómo se va a construir cada tapa deriva diariamente de las discusiones de las partes al cierre de cada edición. José Mendoza refirió que

“discusiones en la redacción siempre hay. No es que haya un consenso siempre”.

Los directivos cuidan los intereses integrales de la empresa como tal, mientras que los redactores (periodistas) procuran hacer primar lo que mueve en ellos el contacto con la comunidad y el libre ejercicio de su profesión.

“Uno que está en la calle (...) no tiene el mismo criterio que el directivo o el coordinador. El coordinador no tiene mucho de periodismo, es directivo (...) Se ocupa más de las cuestiones administrativas, empresariales. Ellos lo que tienen que hacer es que lo periodístico no esté muy alejado de su línea empresarial. El periodista generalmente trata de imponer algo suyo pero siempre salta que uno es empleado de una empresa” expresó Mendoza.

Esa característica vocacional del periodista no condice, en muchos casos, con los intereses comerciales que persigue el medio. La tendencia periodística es, naturalmente, inclinarse hacia los intereses de la comunidad y es el mismo entrevistado -que en este caso representa a la parte periodística del medio- quien reconoce que esas tendencias muchas veces están subordinadas a las cuestiones empresariales.

Los criterios de selección y de jerarquización dan cuenta de los desencuentros entre los equipos que tienen a su cargo la decisión de la conformación de las tapas. No obstante, en este contexto, la última palabra en la decisión está a cargo de la directora del medio o, en el caso de su ausencia, la tiene el coordinador.

La condición del medio como empresa es precisamente condicionante para que el criterio que prevalezca sea el empresarial por sobre el periodístico. “Y la última palabra la tiene el directivo, el director o en este caso el coordinador...”, sostuvo Mendoza.

Aun así, ambas partes son necesarias para lograr un equilibrio. Los directivos necesitan mantener un negocio periodístico y los periodistas contribuyen a que lo comercial no se aleje de los intereses sociales que son nutrientes necesarios para este quehacer.

Los entrevistados señalaron que el medio cuenta con un manual de estilo escrito en el cuál se establece una estructura a seguir en cuanto a la diagramación y sus elementos gráficos, y también en lo referente a la redacción periodística. Pero es en la disposición de los elementos gráficos, donde esa estructura, siempre, se mantiene fija.

Sin embargo, los consultados sostuvieron que la selección y la jerarquización de la información están sujetas a cambios o modificaciones que involucran distintos factores.

Es oportuno mencionar que los tesisistas no pudieron tener contacto con el manual de estilo, ya que al consultar sobre la posibilidad de acceder al mismo, los responsables del medio sostuvieron que es “un documento confidencial y de uso interno, es decir que no se puede compartir con personas ajenas al medio”.

En efecto, no fue posible cotejar si las pautas que contiene dicho manual efectivamente se ajustan a lo observado en el seguimiento y a las manifestaciones de los entrevistados.

El coordinador Hugo Bértoli, a quien se le pidió ver el manual respondió: “No se puede porque es un manual interno de la empresa y las cuestiones de la empresa no son para estar mostrando a todo el mundo”.

En cuanto a los criterios de selección, los responsables del medio sostuvieron que para que un hecho se convierta en noticia lo principal es que tenga un interés general que importe a la mayor cantidad de lectores. A partir de esto hay temas que son tenidos en cuenta a la hora de realizar una selección y jerarquización, uno es el que involucra a los servicios públicos como agua, luz, transporte, salud y el otro relacionados con casos policiales.

Esto se corrobora al comparar lo dicho por José Mendoza con los datos arrojados de la observación de las tapas ya que, efectivamente, estos temas aparecen con más frecuencia en relación a otros como por ejemplo los netamente políticos.

#### **1.4. Temáticas.**

La tapa del diario no tiene una estructura completamente rígida sino que va variando de acuerdo al clima informacional. Es por ello que la selección de los acontecimientos se fundamenta con aquellos que importan a la mayor parte de la comunidad.

Las noticias seleccionadas se clasifican a su vez en locales, nacionales o internacionales. Un criterio importante para la selección es la “proximidad”, en el caso de *La Mañana* es de tipo geográfico. Lo señalado encuentra sustento en las apreciaciones realizadas por uno de los responsables del medio, Víctor Hugo Bértoli, al sostener “Cuando tenemos dos noticias que tienen la misma trascendencia, siempre nos inclinamos por lo local”.

Al comparar lo dicho por el directivo del medio gráfico con los datos que arrojaron las planillas de observación se advierte una disparidad, porque las noticias locales son casi tantas como las nacionales. La diferencia fue muy pequeña, casi imperceptible (cuatro) durante el periodo analizado.

Como ya se dijo, otro elemento fundamental que utiliza el medio investigado para construir sus tapas es la imagen. La fotografía, juega un papel preponderante y posee una primacía casi absoluta. Además, ocupa un espacio de importante dimensión en relación a la superficie de tapa transformándose en una característica sobresaliente. Es, entonces, un recurso determinante.

Del análisis de tapas y de las entrevistas deviene también que la jerarquía dentro de la tapa se ve condicionada por la fotografía.

La significación de la fotografía determina en muchas ocasiones, la ubicación de un hecho noticioso dentro de la tapa. En el caso que no se cuente con la fotografía del acontecimiento noticioso este no suele ser parte de los títulos principales o secundarios. Excepcionalmente se recurre a una foto de archivo.

## 1.5. Lo indígena.

La construcción de noticias vinculadas a la problemática indígena en las tapas no escapa a la lógica de construcción que mantiene el medio al priorizar los temas que suscitan mayor interés en el lector.

En el marco de esta estructura, los pueblos indígenas se encuentran, al menos, con dos grandes obstáculos para aparecer en estas tapas. Por un lado, porque los sucesos de su comunidad no siempre resultan interesantes para la mayor fracción del público y por otro, porque ese eventual interés del lector no se traduce ostensiblemente en ventas significativas para la empresa periodística.

En primer lugar el medio prioriza lo empresarial y comercial por sobre lo periodístico; y en segundo plano, al momento de seleccionar y jerarquizar acontecimientos, se decide por los hechos que despiertan más interés a la mayoría de la sociedad. Dentro de esta lógica, la problemática indígena no reúne estos requisitos.

Por caso, merece mención una particularidad editorial. En su tapa, *La Mañana* brinda a los lectores un servicio original al publicar la cotización de las monedas extranjeras. Esta decisión empresarial estaría determinada por el contexto territorial y el entorno en el que ejerce su influencia atendiendo a que Formosa limita geográficamente con la República del Paraguay y a la existencia de un fluido tráfico comercial internacional que requiere ese tipo de conocimientos que facilitan los flujos de intercambio vecinal.

El primer acontecimiento relacionado a la problemática indígena que el matutino *La Mañana* jerarquizó, fue publicado el 20 de septiembre del año 2010, bajo el título “**Atropello**”. El medio gráfico, en esta oportunidad, destinó -para el título - la parte inferior de la tapa; sección que habitualmente corresponde a noticias complementarias.

“**Atropello**” fue el primer título de estilo temático, de un total de cinco, que abrió la primera columna, no estuvo acompañado de volanta, ni de bajada, tampoco de fotos. La noticia de tipo policial, ocurrida en el interior provincial, remitió al lector a la página 19 e hizo referencia a que “un auto con tres personas a bordo embistió el corte que un grupo de aborígenes realizaba en la ruta 86.

El segundo hecho noticiable afín a temáticas indígenas, publicado por el medio gráfico, fue el domingo 7 de Noviembre del año 2010, bajo el título “**Elecciones**”, tuvo que ver con las elecciones las elecciones que se realizaron en el Instituto de Comunidades Aborígenes (ICA) para renovar directores de las tres etnias.

En esta ocasión, el medio también utilizó la parte inferior de la tapa y la misma columna, con la diferencia que esta vez el título fue ubicado en el cuarto lugar de la columna izquierda.

La noticia de carácter local y de tipo complementaria, fue desarrollada en cuatro líneas; al final de las cuales se coloca el número de página (36) donde se amplía la información. El título utilizado, para esta noticia, es de tipo temático y no está acompañado por volanta, bajada o foto.

Un día después - lunes 8 de noviembre de 2010- el medio gráfico vuelve a repetir el título temático del día anterior. Esta vez, a pesar de conservar el mismo espacio y las mismas características, aparece en el segundo lugar con respecto a los otros títulos de la misma columna.

En esta ocasión la noticia también es desarrollada en cuatro líneas y refiere a que “los aborígenes eligieron a sus directores ante el ICA, Pablo Sosa fue electo entre los tobas, y Pablo Miranda se imponía entre los pilagás”. La noticia local de carácter político fue ampliada por el medio en la página 21.

El 24 de noviembre del 2010, el diario “La Mañana” vuelve a tratar temáticas relacionadas a los pueblos indígenas en su tapa, esta vez lo hace en primera plana bajo el título “Enfrentamiento entre aborígenes y policías terminó con dos muertos”. Este título principal de tipo informativo, ocupó una superficie de 20 cm y fue publicado por debajo una gran fotografía, que a su vez contenía un epígrafe que aclaraba sobre las circunstancias en que se dieron los hechos.

El título, en la parte inferior derecha, indicaba el lugar de la página (Central), donde se ampliaba la información. En esta tapa, la imagen a color - ocupó un espacio de 103 cm- y fue ubicada en la mitad superior del matutino. La fotografía mostró, en primer plano cuatro conos reflectantes que cortaban la ruta nacional 86 y un segundo plano a varios gendarmes que custodiaban. El epígrafe que acompañó la foto, indicó que “ocurrió durante el desalojo e manifestantes que mantenían cortada la ruta hace más de cuatro meses. Gendarmería tomó control de la situación”.

El 2 de diciembre del mismo año, *La Mañana* volvió a tratar en tapas, un hecho noticiable relacionado a la comunidad Indígena y lo hacía bajo el título “Conferencia”. Es de estilo temático, ocupó el espacio destinado a las noticias complementarias y desarrolló la información nacional en cuatro líneas; las que daban cuenta que “Félix Díaz, relató en Buenos Aires los sucesos de La Primavera. Quiere reunirse con la presidenta”.

En esta tapa, el título fue ubicado- por el medio gráfico local- en el primer lugar de la sexta columna y estuvo acompañado por una pequeña fotografía de 12,19 cm. La imagen a color, mostraba al líder de la comunidad Qom en conferencia de prensa, acompañado de varias personas, entre ellas una madre de Plaza de Mayo, sentado detrás de una gran mesa.

A dos meses del año 2011, el matutino formoseño publica en su tapa del 20 de febrero el título “Informe” ubicándolo en el espacio destinado a las noticias complementarias. El título, de estilo temático, no estuvo acompañado de ningún otro elemento gráfico y fue situado en la primera columna como el primer título.

La cabeza informativa del título informaba que “La Comisión Interamericana de Derechos Humanos pidió informe al PEN para saber si se protege a los tobas formoseños”.

El martes 1 de marzo del mismo año nuevamente los Qom ocuparon la tapa del matutino y esta vez lo hicieron en primera plana

bajo el título “El gobierno abre canal de diálogo con los Qom de la Primavera”.

El hecho noticioso fue tratado por el medio a través de una gran foto de 27 cm. que se ubicó en la mitad superior del matutino. Por debajo de ella se puso un epígrafe que informaba sobre el encuentro. Por debajo del epígrafe, se ubicó el título principal de tipo informativo, al que se le destinó un espacio de seis columnas.

La imagen fotográfica, a color, muestra a la comunidad Qom reunida en asamblea.

La tapa del jueves 17 de marzo del 2011 publicó bajo el título “Protesta” otra noticia relacionada con la temática indígena. Este título, de estilo temático, fue ubicado, por el medio, en el espacio destinado para las noticias complementarias, ocupando el segundo lugar en la primera columna. El título no está acompañado por ningún elemento gráfico y remite para la ampliación de la noticia a la página 15. En esta ocasión la información referencia que “la comunidad aborígen seguirá cortando la ruta 11 por tiempo indeterminado reclamando viviendas. Exigen presencia de Ministros”.

El domingo 10 de abril del mismo año, la problemática indígena vuelve a ocupar la tapa del matutino y esta vez lo hace bajo un título informativo de tipo secundario. El medio gráfico, en esta oportunidad, utiliza tres columnas, en la mitad inferior de su tapa, para colocar una fotografía cuya imagen, visibiliza a los indígenas que cortaron la ruta mediante la utilización de pasacalles. Por debajo de la imagen puede leerse el siguiente título “Aborígenes mantienen bloqueada la ruta 11”

El 18 de Abril del 2011, bajo el título “Encuentro” el medio gráfico publica otro acontecimiento relacionado con la población indígena de Formosa y lo hace utilizando el espacio destinado a noticias complementarias.

El título con un estilo temático, apareció en el primer lugar de la sexta columna y en esta ocasión estuvo acompañado por una fotografía a color.

El 26 de abril del mismo año, el medio titula en tapa “Retoman el corte total de la ruta 11”. Se publica una fotografía en la que se visualiza a los indígenas realizando la medida de protesta.

Todo proceso analítico tiene siempre un carácter subjetivo por quien lo hace. Toda persona esta circunscripta a un espacio territorial sumamente reducido por lo tanto para conocer la realidad depende de los medios de comunicación social que le proporcionan información que le permite estar al tanto de los acontecimientos más significativos que ocurren a nivel global.

Una de las perspectivas o miradas que brindan una posible explicación analítica con respecto al medio, es que el diario *La Mañana* a la hora de construir sus tapas tuvo en cuenta, como ya se viene señalando, un contexto excepcional relacionado con la problemática de los pueblos Indígenas y que eventualmente se montó a causa de determinados reclamos que se venían realizando por sus tierras.

La cantidad de títulos publicados en tapa relacionados con la problemática se incrementó durante el período analizado, situación que se confirma dado que varios de ellos se vinculan en forma directa con un acontecimiento extraordinario denominado por la prensa como el caso “La Primavera”.

La observación de las planillas trasunta que existen otras razones que condicionan al diario a privilegiar determinados hechos noticiosos que se relacionan con la política, con el modelo de gobierno y que tiene que ver con la postura empresarial y con la función que cumple el diario como actor político y social en un determinado contexto.

#### **1.6. El medio como actor.**

Al ser un actor fundamental en el sistema político democrático, el diario defiende intereses, que son generalmente de tipo económico político y social, por medio de sus estrategias que le permite ejercer influencia sobre otros actores, con la intención de mantener determinados intereses.

En el instante mismo que se comprenda la posición privilegiada que poseen estos medios en la sociedad es cuando y a partir de ahí se debiera realizar una lectura crítica del mismo. Y preguntarse: ¿Cómo? ¿Cómo este actor social se construye ante todos?

El diario actúa por motus propio, en ese contexto favorece, premia o sanciona a determinados actores de la sociedad. Esto lo hace porque se constituye interesado en función de los objetivos

permanentes que el medio se plantea como características de influir y lucrar.

En tal escenario es un poderoso protagonista que por medio de sus objetivos y estrategias no solo transforman las páginas de actualidad sino también a grupos, organizaciones sociales e instituciones que aparecerán de una u otra manera en sus tapas.

El medio ejerce un control riguroso y selectivo en donde pone en práctica modos de seleccionar y filtrar todo lo que quiera, sean fuentes o actores sociales de la actualidad periodística, así como también sobre números, datos y significados que permitirán construir las distintas miradas del caso. Es entonces donde queda evidenciado, determinadas decisiones en donde se excluye, incluye y jerarquiza esa información. Por otra parte es relevante aclarar que esas decisiones no son tomadas solo por periodistas sino más bien por la postura ideológica y empresarial que determina la tarea. Por diferentes caminos y decisiones, sea cual fuere ella, todos llevan a la búsqueda del lucro y la influencia.

La observación realizada recorre todo un proceso de investigación y precisión de datos que es inherente a la interacción del investigador pero que debería interesar a todos.

En referencia a la aparición de títulos sobre pueblos indígena cabe aclarar que si bien el título tiene un amplio desarrollo en tapa esto no se corresponde con lo que se encuentra en el cuerpo del diario.

También es trascendente mencionar que los pueblos indígenas aparecen en tapa en procesos electorarios, esto se da de esta manera porque los más de 39.000 integrantes de estos pueblos hacen un porcentaje significativo a la hora de incidir en el resultado que generalmente favorece al gobierno de la provincia.

De las declaraciones del coordinador de jefes de secciones Víctor Hugo Bértoli, quien es prácticamente la persona que termina decidiendo cual va ser la tapa del diario *La Mañana* junto con los otros jefes de secciones, se puede hacer la siguiente lectura analítica. Bértoli planteaba que el medio es quien decide sobre la construcción de las tapas en relación al impacto de las noticias pero observando las mismas, lo que se lee es que el matutino, por más que no lo diga en forma expresa, lo que hace es una selección de hechos para transformarlo en noticias relacionado al interés que tiene.

Otra cuestión a mencionar es que, el medio gráfico cedió sus tapas a las problemáticas sufridas por los pueblos indígenas por una situación extraordinaria relacionada con lo policial. Por otra parte, se puede observar la selección que realizó *La Mañana* jerarquizando temas referidos a políticas de gobierno, tomando una clara posición como actor político y social ayudando de esa manera al mantenimiento de un modelo de gobierno.

## **CAPÍTULO VII**

### **1. Conclusiones Preliminares.**

La comunicación entendida como una construcción social de sentidos se desarrolla en un determinado entramado o contexto social, político, histórico, económico y cultural.

En tal sentido, el análisis de cualquier fenómeno se realiza bajo determinadas condiciones y al influjo de la propia cultura. En ese contexto las conclusiones a las que se arriban en el presente trabajo se encuentran sujetas a cambios y modificaciones que son lógicas porque devienen de la evolución como transformación que afectan a todas las sociedades humanas.

Los medios de comunicación social se encuentran inmersos en esa compleja red social y no escapan a ese esquema que los influencia y condiciona.

Por lo tanto, las conclusiones a las que se arribaron revisten el carácter de provisionales porque pueden ser ampliadas, modificadas e incluso desechadas como una consecuencia lógica de futuras investigaciones y de los vaivenes del conocimiento científico.

La contrastación de los datos obtenidos y del análisis de los resultados del proceso investigativo permiten a los tesisistas arribar a algunas conclusiones en torno a la construcción periodística que el

diario *La Mañana* hace en sus tapas vinculada a la problemática indígena.

- De lo observación realizada se desprende que el procedimiento habitual para la selección y jerarquización de los acontecimientos noticiosos que serán utilizados en la construcción periodística de la tapa del diario *La Mañana* se consideran prioritariamente aquellos que interesan y/o afectan a la mayor cantidad de personas (situaciones relacionados con los servicios públicos esenciales: energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico, transporte automotor, entre otros) y los que tienen una gran repercusión pública o concitan la atención de los lectores (casos policiales como accidentes de tránsito con víctimas fatales, asesinatos, suicidios, robos, secuestro de estupefacientes, entre otros).

- El uso de las imágenes fotográficas de distintos tamaños para ilustrar los títulos principales, secundarios y complementarios que conforman la tapa del medio gráfico formoseño se encuentra subordinado a la selección y jerarquización de los mismos y se constituye en un recurso gráfico y de diagramación empleado para atraer la atención de los lectores quedando, de ese modo, explicitado el contrato de lectura.

- Todos los títulos principales y secundarios publicados en la tapa por el referido medio gráfico formoseño son de carácter informativo y no detallan otros datos ampliatorios que no se trate de los que indican la/s página/s en la/s que se halla/n desarrollado/s por completo el acontecimiento noticioso.

- De la observación rigurosa de las tapas del medio gráfico analizado se puede advertir la existencia un marcado equilibrio entre los títulos derivados de acontecimientos noticiosos nacionales y locales que se reflejan con claridad en los cuadros comparativos y los gráficos estadísticos respectivos.

- La mayoría de los títulos de tapa relacionados con la problemática de los pueblos indígenas formoseños derivan de situaciones de conflicto (cortes de rutas para reclamar tierras, viviendas, planes sociales, entre otros) y son visibilizados por el diario *La Mañana* porque trascienden a esta minoría social y las medidas de protesta afectan los derechos e intereses del resto la población de Formosa.

- Se puede deducir que los títulos publicados en tapa relacionados con la problemática Indígena se incrementaron durante el período analizado, como consecuencia directa de la ocurrencia de un acontecimiento con características extraordinarias, bautizado por la prensa como el caso “La Primavera”, que tuvo amplia repercusión nacional e internacional por la gravedad del acontecimiento que derivó en la muerte de un integrante de la etnia toba y un personal policial, en el que resultaron con lesiones de gravedad varias personas y se produjo la detención de una treintena de Indígenas por su participación en un incidente con disparos de armas de fuego.

- En el proceso de la toma de decisiones para la construcción de las tapas del diario *La Mañana* participan los representantes de la redacción y de la empresa. Se realiza una jerarquización de los acontecimientos noticiosos –en ocasiones suelen generarse

discusiones debido a la disparidad de criterios existentes entre las partes representadas- y en definitiva, siempre, prevalecen los criterios sustentados por la parte empresarial en función de los intereses económicos como así por su condición de actor político y social que trata de ejercer influencia sobre la opinión pública y las personas que tienen la responsabilidad de tomar las decisiones en tales ámbitos.

## Bibliografía Consultada.

ALBORNOZ, Luis A. *La prensa diaria en Internet*, En: Periodismo Digital. Los grandes diarios en la red, Editorial La Crujía, 2007.

-----*. Los diarios on line en Iberoamérica*. En: Periodismo Digital. Los grandes diarios en la red, Editorial La Crujía, 2007.

ALSINA, José. *Diarios y periódicos formoseños. Un ensayo historiográfico*. Formosa, 1996. (Publicación de la Universidad Nacional de Formosa).

BERGONZI, Juan Carlos y ROST, Alejandro. *Los títulos de tapa*. Publicado en: <http://red-accion.uncoma.edu.ar/Libros/4Lostitulosdetapa.pdf>

BISELLI, Rubén. *La Portada de La Nación como Dispositivo Discursivo*, en La Trama de la Comunicación Vol. 10, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Argentina. UNR Editora, 2005.

BORRAT, Héctor. *El periódico, actor político*. Ediciones Gustavo Gili, Barcelona, España. 1989.

CASASÚS, Josep Maria y NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis. *Estilo y géneros periodísticos*. Ediciones Ariel, Barcelona, España. 1991.

CENTRO REGIONAL DE INNOVACIÓN Y FORMACIÓN “Las Acacias”. Departamento TIC. *La Prensa: Estructura y financiación*. Madrid. 2008. Publicado en: <http://tiscar.wikispaces.com/file/view/2.2prensa.pdf>

CLAUSO, Raúl. *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*. Ediciones La Crujía. Buenos Aires. Primera edición: 2007.

CHILLÓN, José Manuel. *La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad?* <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>

DE FONCUBERTA, Mar y BORRAT, Héctor, *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*, pp. 16-17, La Crujía ediciones, primera edición, mayo de 2006, Bs. As., Argentina.

DE FONTCUBERTA, Mar. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Editorial Paidós Ibérica S.A Ediciones. Barcelona, España. 1993.

DÍAZ, Raúl A., GUBER, Rossana, SORTER, Martín C. y VISACOVSKY, Sergio E. *La producción de sentido: un aspecto de la construcción de las relaciones sociales*. Revista Nueva Antropología. Volumen IX. Número 31. Universidad Nacional Autónoma de México. Distrito Federal México. 2006.

ECO, Humberto. *Sobre la Prensa*, En: *Cinco escritos morales*, Editorial Lumen, 1997.

GARCÍA GORDILLO, María del Mar. *La manipulación en la construcción de la realidad internacional*. Revista: Razón y Palabra. Número 17. Febrero-Abril 2000. Publicado en: [http://www.google.com.ar/#hl=es-419&scient=psy-ab&q=La+manipulaci%C3%B3n+en+la+construcci%C3%B3n+de+la+realidad+internacional&oq=La+manipulaci%C3%B3n+en+la+construcci%C3%B3n+de+la+realidad+internacional&gs\\_l=serp.12..0i30.440647.440647.0.443835.1.1.0.0.0.0.267.267.2.1.1.0...0.0...1c.1.jATSKblfesA&pbx=1&bav=on.2,or.r\\_gc.r\\_pw.r\\_qf.&fp=39f3035d54190eab&bpcl=38897761&biw=1366&bih=635](http://www.google.com.ar/#hl=es-419&scient=psy-ab&q=La+manipulaci%C3%B3n+en+la+construcci%C3%B3n+de+la+realidad+internacional&oq=La+manipulaci%C3%B3n+en+la+construcci%C3%B3n+de+la+realidad+internacional&gs_l=serp.12..0i30.440647.440647.0.443835.1.1.0.0.0.0.267.267.2.1.1.0...0.0...1c.1.jATSKblfesA&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&fp=39f3035d54190eab&bpcl=38897761&biw=1366&bih=635)

GUMUCIO DAGRON, Alfonso. *Palabras, agua y viento: pueblos indígenas y comunicación*. 2009. Publicado en: [http://www.atl.org.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481](http://www.atl.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481)

HOLUBICA, Carlos Francisco. *Títulos y noticias*. Capítulos 1 al 5. Editorial Agebe. 2006.

KAEN, Claudia Inés. *Producciones de sentido de la prensa escrita local sobre la pobreza en Catamarca*. Revista Margen 57. Edición N° 57 - marzo 2010, en: <http://www.margen.org/suscri/margen57/kaen57.pdf>

KAPUSCINSKI, Ryszard. *La lección magistral de un gran periodista*, En: Diario Perfil. El Observador del 4-2-2007.

GALLEGO, Juana: *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Editorial Los libros de la Frontera. Barcelona, España. 2002.

GÓMEZ, Reynaldo Claudio. *El sentido del periodismo*, En: Revista Question N° 9, Ensayos, 2006.

----- . Historia personal de la enseñanza del periodismo, En: Revista Question N° 15, Ensayos, 2007.

----- . *El texto informativo*. Documento del Taller de Producción de Mensajes de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP.

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís. *Los titulares en prensa*. Editorial Mitre. Barcelona, España. 1982.

GONZÁLES, García Carmen, *La comunicación efectiva* –Capítulo 1- Que es la comunicación. Pgs. 23 y 24. ISEF México. 1997. Publicado en el link: [http://www.angelfire.com/bc/Lince/definicion\\_e\\_importancia.htm](http://www.angelfire.com/bc/Lince/definicion_e_importancia.htm)

MARZÁN, Gerardo. “Representaciones sociales e imaginarios que acerca del pueblo huarpe de la provincia de Mendoza vehiculizan dos periódicos hegemónicos locales: Los Andes y UNO, 1998-2001”. Informe final. Categoría: Becas de perfeccionamiento para la Formación de Investigadores. Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Centro de Investigaciones Científicas. Marzo 2011.

MARTÍNEZ, Francisco; MIGUEL, Lucas y VAZQUEZ, Cristian. *Titular: informar y atraer. Estrategias de titulación y procesos de cambio (1990-2001). Los casos de Clarín, La Nación y Página/12*. Tesis de grado. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, 2002.

MUSE, Cecilia Elena. *Ley de medios audiovisuales: Legitimación del interés colectivo*. Exposición presentada en la “XIV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación”. 2010. Publicado en la Red Nacional de Investigadores en Comunicación –Universidad Nacional de Quilmes- página web: [http://www.redcomunicacion.org/memorias/p\\_jornadas\\_p.php?id=1210&idj=11](http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_p.php?id=1210&idj=11)

NACIONES UNIDAS –DERECHOS HUMANOS- OFICINA DEL ALTO COMISIONADO PARA LOS DERECHOS HUMANOS –MÉXICO-. *Medios de comunicación y pueblos indígenas. Abrir comunicación para escuchar diferentes voces*. 9 de Agosto de 2007.

NUÑEZ LADEVEZE, Luis. *Introducción al periodismo escrito*. Editorial Ariel Comunicación. Barcelona, España. 1995.

OTERO, José Vicente. *La representación de lo indígena en los medios de comunicación*. Santiago de Cali. Hombre nuevo editores. 2005.

PEREIRA, José Miguel, “Comunicación y sociedad: problemáticas y desafíos” en Revista Signo y Pensamiento N° 31, Pág. 25, 1997.

RAMONET, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Temas de debate. Editorial Debate S.A. Madrid. España. 1998.

RANDALL, David. *Escribir para los periódicos*. En: El periodista universal. Capítulo 9 y Los comentarios deliberados o involuntarios. Capítulo 12.

RODRIGO ALSINA, Miquel. La construcción de la noticia. Editorial Paidós Ibérica S.A Ediciones. Barcelona, España. 1989.

SAMELA, María Gabriela y VILLAFAÑE, Leonardo. *El nacimiento de la Internet periodística*, En: Revista Question N° 11, 2006.

SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa. *Géneros para la persuasión en periodismo*. Editorial Fragua. Madrid, España. 1997.

SCHMIDT, Mariana Andrea. *Pueblos Indígenas, Estado y Territorio en tiempos interculturales en la Provincia de Salta. Estudios Socioterritoriales*. Revista de Geografía N° 10 jul-dic 2011, pág. 13-40, reproducido en:  
[www.cig.org.ar/docs/Nº%2010/Schmidt%20Mariana.pdf](http://www.cig.org.ar/docs/Nº%2010/Schmidt%20Mariana.pdf)

TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Ediciones Gustavo Gili, Barcelona, España. 1983.

URANGA, Washington, *El cambio social como acción transformadora*, en ENZ, Angélica y otras (editoras), Comunia- La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2006, ISBN 987-601-017-4, pág. 40

VALDETTARO, Sandra. *La "puerta de entrada" a Página 12. Propuesta para un análisis del contrato de tapa*. Publicado en: [http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/701/La%20puerta%20de%20entrada%20a%20P%20E1gina%2012\\_A1a.pdf?sequence=1](http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/701/La%20puerta%20de%20entrada%20a%20P%20E1gina%2012_A1a.pdf?sequence=1)

VERON, Eliseo. *Prensa escrita y teoría de los discursos sociales: Producción, recepción, regulación*. Publicado en: [http://www.robertexto.com/archivo16/prensa\\_escrita.htm](http://www.robertexto.com/archivo16/prensa_escrita.htm)

----- . *El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, IREP, París, 1985.

## Notas.

- <sup>1</sup> González García Carmen, *La comunicación efectiva* –Capítulo 1- Que es la comunicación. Pgs. 23 y 24. ISEF México. 1997. [http://www.angelfire.com/bc/Lince/definicion\\_e\\_importancia.htm](http://www.angelfire.com/bc/Lince/definicion_e_importancia.htm)
- <sup>2</sup> Pereira, José Miguel, “Comunicación y sociedad: problemáticas y desafíos” en Revista Signo y Pensamiento Nº 31, Pág. 25, 1997
- <sup>3</sup> Caja de Herramientas. Módulos de formación para emprendedores culturales. Ver, Oír, Decir. La comunicación en emprendimientos culturales. Estrategias, acciones, soportes. Libro de Edición Argentina 2006. Cap. I. Pág. 8 ¿Qué es la Comunicación?
- <sup>4</sup> Alfaro, María Rosa, “Una comunicación para otro desarrollo”, Abraxas Editorial S.A., Lima, 1993, Pág. 20. En Caja de Herramientas
- <sup>5</sup> Uranga, Washington, *El cambio social como acción transformadora*, en ENZ, Angélica y otras (editoras), Comunia-La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2006, ISBN 987-601-017-4, pág. 40
- <sup>6</sup> Charles R. Wright. En <http://intelectiva.blogspot.com.ar/2010/08/comunicacion-y-medios-de-comunicacion.html>
- <sup>7</sup> Feldmann, Erich. Teoría de los medios masivos de comunicación. En <http://intelectiva.blogspot.com.ar/2010/08/comunicacion-y-medios-de-comunicacion.html>
- <sup>8</sup> Ortega y Gasset (1972). 196-97. En José Manuel Chillón. La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad? <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>
- <sup>9</sup> Codina (2002). 31. En José Manuel Chillón. La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad? <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>
- <sup>10</sup> José Manuel Chillón. La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad? <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>
- <sup>11</sup> Gomis (1987). 18. En José Manuel Chillón. La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad?
- <sup>12</sup> Pertenece al Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria. Es profesor de Filosofía en Valladolid. Licenciado en Filosofía (UVA) en Teología (UPSA) y en Periodismo (University of Wales). Es Premio Extraordinario en las dos primeras titulaciones y Mención Especial en los Premio Nacionales Fin de Carrera otorgados por el MEC. Posee el Diploma de Estudios Avanzados y trabaja en la tesis doctoral sobre las relaciones epistemológicas y deontológicas entre filosofía y periodismo. Ha publicado el libro *Periodismo y Objetividad: entre la ingenuidad y el rechazo. Esbozo de una propuesta*, en la editorial Biblioteca Nueva además de otros artículos en revistas especializadas. En *La realidad informativa como realidad de segundo orden. ¿Qué queda de la objetividad?* Publicado en: <http://www.revistadefilosofia.com/24-22.pdf>
- <sup>13</sup> Alsina Rodrigo Miguel. *La construcción de la noticia*. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Cap.8.2. Las noticias como espejo o como construcción. Pág. 146

- <sup>14</sup> Alsina Rodrigo Miguel. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Cap.8.2. Las noticias como espejo o como construcción. Pág. 146
- <sup>15</sup> Alsina Rodrigo Miguel. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Cap.8.2. Las noticias como espejo o como construcción. Pág. 147
- <sup>16</sup> Berger y Luckmann, 1979, pág. 76. En Alsina Rodrigo Miguel. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Cap 8.3.2. Producción institucional. Pag 149
- <sup>17</sup> Berger y Luckmann, 1979, pág. 120. En Alsina Rodrigo Miguel. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Cap 8.3.2. Producción institucional. Pag 149
- <sup>18</sup> Alsina Rodrigo Miguel. *La construcción de la noticia. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México. Introducción. Pág. 13.*
- <sup>19</sup> Eliseo Verón, El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”, IREP, París, 1985.
- <sup>20</sup> Eliseo Verón, El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”, IREP, París, 1985
- <sup>21</sup> Idem.
- <sup>22</sup> Idem.
- <sup>23</sup> Mar De Foncuberta y Héctor Borrat, Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción, pp. 16-17, La Crujía ediciones, primera edición, mayo de 2006, Bs. As., Argentina.
- <sup>24</sup> Blázquez, Virginia y Ghea, María Elisa, El valor de las palabras. ¿A qué se refiere el concepto de construcción, selección y jerarquización de la información? Apunte de Cátedra del Taller de Análisis de la Información, FPyCS, La Plata, mayo de 2008.
- <sup>25</sup> Cita de Gregorio Doménico. Metodología del periodismo. Rialp, Madrid, 1966. p. 81. En La Titulación de la prensa Gráfica.
- <sup>26</sup> Gomis, 1991, p. 31. En La Titulación de la prensa Gráfica.
- <sup>27</sup> Fontcuberta, 1993, p. 117. En La Titulación de la prensa Gráfica.
- <sup>28</sup> Francisco Martínez Lucas Miguel Cristian Vázquez. La titulación en la prensa gráfica. Universidad Nacional de La Plata Facultad de Periodismo y Comunicación Social Taller de Producción Gráfica I – 2004.
- <sup>29</sup> Gómez Mompert, 1982, p. 28. En La Titulación de la prensa Gráfica.
- <sup>30</sup> Clarín, 1997, pp. 38-39. En La Titulación de la prensa Gráfica.
- <sup>31</sup> Gómez Mompert, 1982, p. 28. En La Titulación de la prensa Gráfica.

- <sup>32</sup> Domínguez, 1990, pp. 179-80. En La Titulación de la prensa Gráfica.
- <sup>33</sup> El País, 1990, p. 45. En La Titulación de la prensa Gráfica.
- <sup>34</sup> Gómez Mompert, 1982, p. 29. En La Titulación de la prensa Gráfica.
- <sup>35</sup> Teresa Lenzi. La fotografía contemporánea como dispositivo discursivo y/o narrativo. Publicado en: [http://www.ufsm.br/lav/noticias1\\_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf](http://www.ufsm.br/lav/noticias1_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf).
- <sup>36</sup> Roland Barthes. El Mensaje Fotográfico.
- <sup>37</sup> Roland Barthes. El Mensaje Fotográfico.
- <sup>38</sup> Doctora en Arte e Investigación / UCLM / España. Maestra en Poéticas Visuais / UFRGS. Docente del Curso de Artes Visuais / ILA / FURG, en Fotografía, en Historia, Teoría y Crítica de Arte. Contemporánea y en Metodología de la Pesquisa. Coordina un Proyecto PROBIC / CNPq y un Proyecto de Calificación de Auxilio a la Docencia /CAPES.
- <sup>39</sup> Teresa Lenzi. La fotografía contemporánea como dispositivo discursivo y/o narrativo. Publicado en: [http://www.ufsm.br/lav/noticias1\\_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf](http://www.ufsm.br/lav/noticias1_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf).
- <sup>40</sup> Teresa Lenzi. La fotografía contemporánea como dispositivo discursivo y/o narrativo. Publicado en: [http://www.ufsm.br/lav/noticias1\\_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf](http://www.ufsm.br/lav/noticias1_arquivos/La%20fotograf%EDa.pdf)
- <sup>41</sup> Borrat Héctor. El Periódico, Actor del Sistema Político. Barcelona 1989.
- <sup>42</sup> Idem.
- <sup>43</sup> Definición señalada por el relator especial José R. Martínez Cobo, en el Informe que la Subcomisión para la Prevención de la Discriminación y la Protección de las Minorías de las Naciones Unidas le encargó. Vid. APARICIO WILHELM, Marco, Los Pueblos Indígenas y el Estado. El Reconocimiento Constitucional de los Derechos Indígenas en América Latina, Cedecs, Barcelona, 2002, p. 19.
- <sup>44</sup> Ibidem. Pg. 12.
- <sup>45</sup> Cita de José Emilio Rolando Ordóñez Cifuentes, en “La Cuestión Étnico Nacional y Derechos Humanos: el Etnocidio”, en Cuadernos Constitucionales México-Centroamérica, núm. 23, México, 1996, Págs. 118 y 119. Vid. APARICIO WILHELM, Marco, op. cit., p. 13.
- <sup>46</sup> Dicho Convenio fue adoptado el día veintisiete del mes de junio del año de mil novecientos ochenta y nueve, en la ciudad de Ginebra, Suiza, durante la Septuagésima Sexta Reunión de la Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo. México depositó el instrumento de ratificación ante el Director General de la Organización Internacional del Trabajo el día cinco del mes de septiembre de mil novecientos noventa. Aunque la firma por el entonces Presidente de la República Carlos Salinas de Gortari, fue efectuada el día trece del mes de agosto del mismo año.
- <sup>47</sup> Idem.
- <sup>48</sup> <http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/formosa/historia.html>.

<sup>49</sup> La argentina de todos. Publicado en: [http://www.laargentinetodos.com.ar/provincia\\_de\\_formosa.php](http://www.laargentinetodos.com.ar/provincia_de_formosa.php).

<sup>50</sup> Geografía Argentina. Formosa. Historia. Publicado en: <http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/formosa/historia.html>

<sup>51</sup> Geografía Argentina. Formosa. Historia. Publicado en: <http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/formosa/historia.html>

<sup>52</sup> Territorio Nacional de Formosa. Publicado en [http://www.republicargentina.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2784&Itemid=4674](http://www.republicargentina.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2784&Itemid=4674)

<sup>53</sup> Geografía Argentina, Formosa, Historia. Publicado en: <http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/formosa/historia.html>

<sup>54</sup> Lorena Cardín y Guillermo Gallo. “Síntesis histórica de los toba qom en Laguna Blanca –“La Primavera”- y actuación de los organismos oficiales, provinciales y nacionales”. Publicado en [http://www.funpat3mil.com.ar/documentos/los\\_tobas.pdf](http://www.funpat3mil.com.ar/documentos/los_tobas.pdf)

<sup>55</sup> Publicado en <http://www.comambiental.com.ar/2011/05/6-meses-de-la-represion-la-cronologia.html>

<sup>56</sup> Schmidt, Mariana Andrea. Pueblos Indígenas, Estado y Territorio en tiempos interculturales en la Provincia de Salta. Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía N° 10 jul-dic 2011, pág. 13-40, reproducido en: [www.cig.org.ar/docs/Nº2010/Schmidt%20Mariana.pdf](http://www.cig.org.ar/docs/Nº2010/Schmidt%20Mariana.pdf)

<sup>57</sup> Idem anterior.

<sup>58</sup> Dagron Alfonso Gumucio. Palabras, agua y viento: pueblos indígenas y comunicación. Julio 2009 Publicado en : [http://www.atl.org.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481](http://www.atl.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481)

<sup>59</sup> Dagron Alfonso Gumucio. Palabras, agua y viento: pueblos indígenas y comunicación. Julio 2009 Publicado en : [http://www.atl.org.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481](http://www.atl.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=2022:palabras-agua-y-viento-pueblos-indigenas-y-comunicacion&catid=71:ciencias-sociales&Itemid=481)

<sup>60</sup> Idem.

<sup>61</sup> Diseño de un diario. Universidad de Buenos Aires. Publicado en: [http://www.tipografiavenancio.com.ar/archivos/apunte\\_diario\\_venancio.pdf](http://www.tipografiavenancio.com.ar/archivos/apunte_diario_venancio.pdf)

<sup>62</sup> Oriundo de Catamarca, se desempeñó como Profesor de Historia e Investigador de la Universidad Nacional de Formosa-UNAF- fue además Director y organizador del Archivo histórico de la Provincia de Formosa en 1994 y por Resolución Ministerial N° 2214 a partir del año 2003, se puso el nombre de “Profesor José Alsina” a la sala de lectura del Archivo.

<sup>63</sup> Sandoval, García Carlos, Artículo: “Comunicaciones: de la gran teoría a las aproximaciones cualitativas”, Publicado en la Revista Ciencias Sociales de Costa Rica. Publicado en la página web: <http://www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr/comunicacion-de-la-gran-teoria-a-aproximaciones-cualitativas/>

<sup>64</sup> Diseño de diario. Contenido teórico 6. Carrera de Diseño gráfico. Universidad de Buenos Aires (UBA) [www.tipografiavenancio.com.ar](http://www.tipografiavenancio.com.ar) “Presenta un conjunto de datos de cierta complejidad ordenados en formas de columnas horizontales y verticales. Se utiliza cuando los datos son demasiados complejos...”

<sup>65</sup> Ander Egg Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. Lumen. Argentina (1995). 24° edición.

<sup>66</sup> Castro Monjes, Edgar. *El estudio de casos como Metodología de Investigación y su importancia en la Dirección y Administración de Empresas*. Revista Nacional de Administración. Julio-Diciembre, 2010. Pág.46. Publicado en: [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3693387.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3693387.pdf)

<sup>67</sup> Rodrigo Alsina, Miguel. *La Construcción de la Noticia*. Paidós, Barcelona- Buenos Aires- México, Cap. 4 “El Trabajo Periodístico” 4.2 Fases del Trabajo Informativo pag.100.

<sup>68</sup> Idem. pag.102.

<sup>69</sup> Título complementario: Es el título que aparece en tapa y que generalmente contiene una palabra y excepcionalmente hasta tres palabras.

<sup>70</sup> Título principal: Se denomina al de mayores dimensiones dentro del diseño de tapa.

<sup>71</sup> Título secundario: Es el que teniendo en cuenta las dimensiones le sigue en orden decreciente al título principal.