.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Repositorio Digital Institucional

Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Barcelona y el fin de los límites : medios, política y sociedad (2003 - 2007)

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Pablo Corso

Eduardo Aliverti, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2008

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: http://repositorio.sociales.uba.ar/

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)
La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR

Repositorio Digital Institucional

.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Barcelona y el fin de los límites

Medios, política y sociedad (2003 - 2007)

Tesina de grado

Pablo Corso

Tutor: Eduardo Aliverti

Carrera de Ciencias de la Comunicación
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires

Diciembre de 2008

Índice

Introducción 4
Hipótesis 6
Objetivo 6
Metodología 6

La revista de un país colapsado 7
Una solución europea 7
Del living a la calle 9
¿Un país en serio? 14
El kirchnerismo bajo la lupa 15
Barcelona, una genealogía 19
De Tía Vicenta a Satiricón 19
Humor, *un cambio de paradigma* 20
Humor en dictadura, periodismo en democracia 22
El Porteño *y* Cerdos & Peces*: lo censurado vuelve a escena* 24
Página/12, *la sátira diaria* 26
Retórica de izquierda y acidez del descreimiento 28
La declamación progresista 30
El mundo satirizado 32

Entre las reglas formales y la sátira mordaz 34
¿*Barcelona* hace periodismo? 34
La noticia: algunas definiciones 37
Cuestión de estilos 38
Barcelona y *el lenguaje de los medios* 41
Las tapas: un golpe certero 45
Piñas, sexo y Photoshop 47
Una sátira mediática 49
Iguales pero distintos 51
La “noticia” en *Barcelona* 54
Las fuentes: durmiendo con el enemigo 54

Criterios de noticiabilidad: ¿noticias para qué? 59
La agenda, un espejo deformante 61
Un mundo desequilibrado 64
Agenda gubernamental y agenda mediática 69
La desinformación organizada 72
Una cuestión personal 82

Una radiografía crítica 86
¿Cambiar para que nada cambie? El kirchnerismo en agenda 86
Redistribución K 88
Corrupción K 90
Kirchnerismo y derechos humanos 92
El caso Julio López 94
Un balance negativo 97
Barcelona habla de la sociedad 99
Peronismo, derecha e izquierda 99
El progresismo y la clase media 106
El enemigo perfecto 113
Fútbol, negocios y mitos 119

Cuestión de límites 122
Barcelona contra los medios 122
Una relación mediada (por el dinero) 124
El guante de seda 125
Cromañón y las responsabilidades 128
¿Un contrato poco serio? 131
El anti-progresismo 132
Crítica de los imaginarios 135
El verosímil ampliado 137

Conclusión 141

Bibliografía 144

Introducción

"Todos conocemos a *Barcelona*, pero a todos nos cuesta sostener una palabra sobre ella", escribe Mario Carlón, para agregar que "cuando no ofende, provoca risa y escándalo. Y enseguida, un sentimiento parecido a la culpa, porque no está bien reírse de los temas que *Barcelona* trata, como los trata *Barcelona*"[1].

Barcelona es un quincenario que cruzó las fronteras del periodismo, la ficción y el humor, para nutrirse de esas tres vertientes y generar una publicación novedosa en nuestro país. Se nos presenta como un placer culposo, al mismo tiempo que invita a desentrañar sus modos de funcionamiento.

Su lectura arroja una conclusión inicial: la revista no distingue fronteras ni fija censuras entre lo publicable y lo no publicable. Al sugerir -con sarcasmo y sin piedad- las intencionalidades reales de los sujetos de la noticia, se erige como una excepción respecto al resto de los medios.

Su "incorrección" es una de sus principales marcas identitarias y se explicita a través de una constante parodia a *Clarín*, el diario de mayor circulación en habla hispana, representante del modelo del periodismo políticamente correcto y abanderado del lenguaje neutro y despersonalizado. Su director, Pablo Marchetti, llegó a decir que "mientras haya *Clarín* puede haber *Barcelona*, no importan los gobiernos"[2]. A lo largo del trabajo se explorarán las causas y los métodos de este paralelismo burlón, tanto en forma como en contenido.

Como la agenda periodística de *Barcelona* se basa en la de los grandes diarios, su contenido varía al ritmo de lo que se conoce como "la actualidad". Una de las pocas continuidades que presenta es el desafío a la comodidad mental y a la corrección política del lector, por lo cual puede describirse como una publicación rupturista en el mercado editorial.

[1] Carlón, Mario; "Y al final... ¿qué hacemos con *Barcelona*?"; Revista *La Crujía*; Buenos Aires, octubre de 2006.
[2] Valle, Agustín; "La noticia es el poder"; Revista *Zoom*; Edición digital; 24/9/08.

Carlón sugiere que “como todo discurso que desafía los límites, constituye un pieza clave para entender los modos actuales de hacer... ¿humor?, ¿arte?, ¿periodismo?”. *Barcelona* es una sátira[3] periodística. “La sátira es la herramienta, pero el producto es periodístico”, define Marchetti. ¿Pero qué mecanismos permiten que *Barcelona* haga reír? ¿Logra, como pretende el editor Fernando Sánchez, uno de sus periodistas, “modificar la percepción que los medios forman sobre la realidad”[4]?

[3] La Real Academia define a la sátira como “composición poética u otro escrito cuyo objeto es censurar acremente [ásperamente] o poner en ridículo a alguien o algo”. También se la describe como un “discurso o dicho agudo, picante y mordaz, dirigido a este mismo fin” (Diccionario de la lengua española; Real Academia Española; Vigésima segunda edición; 2001; Edición digital).

[4] Nicastro, Juan; “Del decir lo que nadie dice, a ser funcionales, hay un paso”; Sitio web *Barilochense.com.*

Hipótesis

Barcelona plantea una clave de lectura de la realidad en abierta oposición a la de los grandes medios nacionales. A través de un doble proceso de sátira periodística, la revista ridiculiza tanto a los sujetos de la noticia como a los mecanismos retóricos mediante los cuales ésta es construida en diarios como *Clarín*.

Objetivo

El objetivo general de este trabajo es abordar el papel que desempeña en la prensa gráfica argentina la revista *Barcelona*.
En este sentido, se busca:
- indagar sobre el surgimiento y los antecedentes de la publicación,
- describir su proceso de producción periodística,
- rastrear las causas de su impacto, y
- analizar su inscripción dentro de los consumos mediáticos nacionales.

Metodología

La tesina se basa en el análisis de los ejemplares de *Barcelona* editados entre 2003 y 2007, sobre todo en las tapas, los títulos y las principales "noticias" de cada una de sus secciones.
Para ello se realizaron las siguientes actividades:
- Recopilación y análisis de bibliografía para el marco teórico.
- Rastreo y análisis de publicaciones periodísticas y académicas, tanto del contexto histórico como de los medios gráficos que prefiguraron la experiencia de la revista.
- Recopilación, análisis y selección de 124 ejemplares, desde el 15 de abril de 2003 al 21 de diciembre de 2007:
    a. Análisis del contenido de las "noticias" y sus mecanismos informativos.
    b. Análisis comparativo entre los distintos ejemplares de *Barcelona.*
    c. Análisis comparativo entre los procesos de producción periodística de *Barcelona* y *Clarín.*
- Entrevistas a los directores de la revista (Pablo Marchetti, Ingrid Beck y Mariano Lucano) y al especialista en medios y consumos culturales Luis Alberto Quevedo.

La revista de un país colapsado

Una solución europea

Diciembre de 2001, además de ser un mes de quiebre para la Argentina contemporánea, significó el principio del fin para muchas publicaciones gráficas. Una de ellas era la revista *La García*, que desde 1999 hacía foco en el rock local a través de un lenguaje directo y con frecuencia humorístico. Pero el mercado de las publicaciones de música joven se achicó (sobrevivió la edición local de *Rolling Stone*, con mayores recursos y respaldo internacional) y se derrumbó el poder adquisitivo, mientras crecían las urgencias sociales de los argentinos.

Los quioscos de diarios y revistas se despoblaron y sólo los medios gráficos más importantes sobrevivieron a la debacle, con la inestimable ayuda que significó la pesificación de sus deudas. El más beneficiado fue *Clarín*, cuyo imperturbable slogan reza: "Una solución argentina para los problemas de los argentinos".

Los incipientes profesionales de disciplinas antes prometedoras se inclinaron por el cambio de ciudadanía. El objetivo era Europa, el continente que activaba un imaginario de triunfo laboral y realización personal. "Barcelona parecía ser -recuerda Mariano Lucano, director de arte de la revista- la ciudad elegida por quienes diseñaban, escribían, o hacían algo en relación a la comunicación"[5]. Un destino generacional parecía estar en juego del otro lado del océano. Más acá, la Argentina se incendiaba. Estaban dadas las condiciones para proponer una lectura de la realidad en clave apocalíptica: *Barcelona* fue, desde su primer número, una imposible "solución europea para los problemas de los argentinos".

La idea se había gestado en la redacción de *La García*, donde un grupo de periodistas (Beck, Marchetti y Lucano) publicaba una sección con noticias apócrifas. Así lo recuerda Marchetti: "*Sending Fruit* fue el disparador que nos llevó a hacer *Barcelona*. Era una sección de *La García* con noticias ficticias de rock. Y la primera definición de *Barcelona* fue "hacer un diario de *Sending Fruit*"[6]. El periodista Pablo Plotkin recuerda

[5] Entrevista a Mariano Lucano; 5/9/07.
[6] Entrevista a Pablo Marchetti; 26/7/07.

que la sección "también se reía del rock y sus mitos desde adentro (noticias como la del busto de Luca [Prodan, el desaparecido líder de Sumo] que lloró ginebra)"[7].

En gran medida, la revista surgió desde el "no", gracias a cierto agotamiento con los métodos periodísticos tradicionales. Beck rememora: "No queríamos desgrabar ni hacer llamados para chequear la fuente. Y teníamos claro que no íbamos a vivir de los anunciantes, porque sencillamente es algo que no sabemos hacer. Queríamos que la revista se sostuviera sólo por las ventas". La directora había trabajado, entre otros medios, en *La Maga*, *La García* y *Página/12*. "Con *Barcelona* -reconoce- logré correrme del rol de periodista clásico, encontré otro lugar, más relacionado a la ficción"[8].

Muchos de los periodistas de *Barcelona* (además de los mencionados, Daniel Riera y Fernando Sánchez, dos ex *Rolling Stone*) también habían coincidido en la redacción de *La Maga*. Marchetti admite que esa revista cultural en un punto "nos quemó la cabeza. Esto es un poco una reacción contra esa cosa *sabato-serratiana* que tenía"[9].
Beck confirma y amplía el concepto: "El antecedente más importante de *Barcelona* es *La Maga*. Casi todos nos conocimos allí, y cuando vimos cómo se trabajaba y cómo eran en realidad los 'grandes personajes' de la revista (por ejemplo, cómo difería su obra de su vida) nos fuimos cansando y empezamos a tener ganas de hacer otra cosa"[10].

Esa experiencia permite comprender el origen de algunas obsesiones que guiaron la escritura de *Barcelona*, como la ridiculización de la figura del *progresismo*: "La revista era muy políticamente correcta y eso, visto desde ahora, era valioso, fue como un bálsamo de corrección política frente a la frivolidad menemista (…) Pero para nosotros, que lo veíamos cotidianamente, ese discurso progresista tenía un montón de fisuras. Y a partir de esos recovecos nos fuimos formando, renegando un poco de eso"[11]. Aquí podríamos rastrear una de las causas del placer que hoy experimentan los periodistas de *Barcelona* ante lo políticamente incorrecto.

[7] Plotkin, Pablo; "Mucha risa por aquí"; Revista *Rolling Stone*; diciembre de 2007; pág. 62.
[8] Entrevista a Ingrid Beck; 13/12/07.
[9] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit.
[10] Entrevista a Ingrid Beck; op. cit.
[11] Valle; op. cit.

Otros medios y programas de baja circulación funcionaron como referentes directos para *Barcelona*, como la revista de "periodismo terrorista"[12] *Enemigo Público* y el programa radial antiecologista *Quemen los bosques*, emitido por las FM La Rocka, La Tribu y Palermo entre 1994 y 1999. Beck también cita a la banda paródica Sometidos por Morgan, que habían armado Marchetti, Sánchez y Riera. La directora recuerda: "teníamos ganas de hacer una revista de humor político. En esa época, Pablo Marchetti viajó a Europa y nos trajo un una publicación francesa de formato tabloide y a dos colores llamada *Charlie Hebdo* que, de alguna manera, terminó de inspirar nuestro estilo definitivo"[13].

Por su parte, Lucano afirma que su referente es la revista española de historietas *Metropol*, donde "el material podía no tener nada que ver entre sí, a excepción de que todo sucedía en Metropol, y todo, hasta la publicidad, tenía referencias a ese para-lugar". Para Lucano ése "es un poco el juego que nosotros hacemos acerca de la para-realidad..." Aquí llegamos a un punto importante: *Barcelona* centra su agenda periodística en los temas que tratan los grandes diarios, pero todas sus "noticias" se leen -y hacen reír- desde una ficción libre y satírica, que crea un mundo distorsivo pero perfectamente reconocible en la cotidianeidad de nuestro país. Lucano afirma que la intención de la revista ha sido "crear un para-mundo, una pequeña intervención Dadá en los kioscos de revistas"[14].

Del living a la calle

Cuando cayeron De la Rúa y *La García*, Beck, Marchetti y Lucano empezaron a buscar un inversor para su idea. En 2002 imprimieron dos números de prueba, pero no encontraron un editor que llevara la revista a la calle. La frase de negativa, escuchada una y mil veces, sonaba demoledora: "el proyecto es tan bueno artísticamente como inviable comercialmente". Beck recuerda que "comenzamos a mostrarla a varios

[12] Zeiger, Claudio; "Después de hora"; Suplemento *Radar*; *Página/12*; 29/6/03.
[13] "Lo nuestro es periodismo lisérgico"; Entrevista a Ingrid Beck; Sitio web *Defensoria.org*, Newsletter 17; Buenos Aires; marzo 2007.
[14] Entrevista a Mariano Lucano; op. cit.

editores conocidos, pero la crisis económica de 2001 ya se había vuelto terminal y, aunque les encantó a todos, nos dijeron que era imposible publicarla en ese momento"[15].

El sueño de los editores ("hacer la revista que se nos cantara") comenzó a tomar cuerpo a comienzos de 2003, de forma inesperada: "un tío mío que vivía en China -continúa Beck- nos ofreció prestarnos cinco mil pesos y con eso finalmente pudimos editarla: pagamos los dos primeros números y unos afiches para difundirla en la calle.
La tirada inicial de la revista -que en ese momento era mensual- fue de 5 mil ejemplares y prácticamente se agotó". *Barcelona* "originalmente era tamaño sábana -recuerda Beck- porque queríamos hacer una revista que fuera bien incómoda de leer, como el diario *La Nación*"[16].

El primer número llevaba en su tapa un fotomontaje con el título-catástrofe: "Ahora dicen que Piñón Fijo es Alfredo Yabrán". A la izquierda, en un recuadro, el que había sido título del primer número de prueba: "La Argentina se estaría yendo a la mierda".

Número 1 – 15/4/03

Ya estaba presente una característica distintiva de la revista: el uso paródico de las fórmulas retóricas de *Clarín*, con profusión de impersonales y condicionales, inspirados por el pesimismo generalizado del momento social y político. Lucano reconoce que "pensábamos que no sobreviviríamos, que las necesidades de los que podían comprar

[15] Entrevista a Ingrid Beck; op. cit.
[16] "Lo nuestro es periodismo lisérgico"; op. cit.

Barcelona en ese momento estaban ocupadas en vestirse, pagar deudas, comer…"[17] De alguna manera, *Barcelona* parecía ser la revista indicada para un país caracterizado por ciclos de duras caídas y tenues recuperaciones.

El sociólogo y especialista en medios Luis Alberto Quevedo, confeso "fanático" de la revista, recuerda que su llegada a los kioscos produjo "un desarreglo en la mirada. Mientras que las revistas y las publicaciones se estetizaban cada vez más, *Barcelona* irrumpió con zonas estéticas desagradables e inquietantes, incluyendo algunas muy groseras y bestiales…. Ésa es la primer pared que había que saltar: entender el código de su estética y su textura"[18], explica.

Al principio, los recursos para publicarla eran escasos. La redacción funcionaba de noche en el living de Lucano, con máquinas que se habían descartado en *La García*. La publicidad más importante fue -y quizá sigue siendo- el "boca a boca". Estudiantes de Comunicación, diseñadores (los mismos que soñaban con realizarse en la Barcelona española), periodistas, canillitas y kiosqueros contribuyeron a extender un fenómeno que hoy alcanza el paradójico status "de culto masivo"[19], que Quevedo analizó con estas palabras:

> *Barcelona* inventó un lenguaje novedosísimo y un estilo de humor político-social-cultural muy original. No existía una demanda de los lectores argentinos de una revista con una estética agresiva, un lenguaje fuerte y una fotografía chocante. *Barcelona* se transformó en una clásica revista de nicho que establece un pacto de complicidad muy grande con sus lectores: tipos capaces de saltar esa fronteras y entrar en el código, disfrutarlo y armar comunidad[20].

Luego de los primeros meses, la revista comenzó a venderse junto a *TXT*, el semanario de Adolfo Castelo. "Arreglamos porque pusimos nuestras condiciones. Eso nos permitió ganar algo parecido a un sueldo y montar esta oficina, recordarían años después sus

[17] Entrevista a Mariano Lucano; op. cit.
[18] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; 29/5/08.
[19] Resulta interesante la carta de un lector en torno a este tema: "Tenemos que sacarle el lugar de lo masivo a Tinelli, la gente consume mierda porque hay mierda (…) ¡¡¡Distribución masiva de *Barcelona*!!!". En su respuesta, los editores señalaban que "los que hablan de 'masividad' se olvidan de que esta revista vende… ¡14 mil ejemplares por quincena! Que es un montón para una publicación limada como ésta, pero que no es nada comparándola con los diarios y revistas de gran tirada. Y ni hablar de la tele o la radio. Así que no jodamos mucho con lo de masividad. O, mejor, tomemos conciencia de cuán secta somos si creemos que esto es masividad" (número 116 - 31/8/07, pág. 23). Es en este sentido que podemos hablar de un fenómeno "de culto masivo", en contraste con la masividad real que implicó una publicación como *Humor*.
[20] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit.

editores. Finalizado el acuerdo con esa revista, *Barcelona* se transformó en publicación quincenal, con una tirada que actualmente ronda los veinte mil ejemplares.

El éxito y el progresivo aumento en las ventas de la revista sorprendió, antes que a nadie, a sus propios miembros. Beck se muestra perpleja por todo lo que rodea a *Barcelona*: "que se venda como se vende, que nos secuestren contratapas de una muestra[21], que salga una 'B*arcelona* judía'[22], que un judío se sienta ofendido por lo que publicamos… Yo no creí que la revista fuera a subsistir mucho". La directora reflexiona y afirma: "Supongo que tiene éxito porque es una buena revista periodística en un contexto de periodismo malo. Es la revista que queríamos hacer, pero sobre todo es periodismo bien hecho, bien escrito, que informa"[23].

La directora amplía: "Siempre pensamos a *Barcelona* como un medio periodístico, con los recursos del periodismo. En las reuniones de redacción no estamos buscando hacer reír o meter chistes. Nos informamos y queremos informar cuando hacemos la revista"[24]. Sin embargo, la tensión entre periodismo y humor[25] es lo que parece conformar la química de *Barcelona*, que según Beck es "muy clásica desde el formato, con una diagramación muy estructurada, una cabeza informativa, bajada, epígrafe… Preferimos que la parte más lisérgica esté en el contenido"[26].

Adriana Amado Suárez explica esa faceta *lisérgica*: "Su sentido del humor fusiona desenfado, escepticismo existencial y absurdo (…), el humor que abrazan los jóvenes nacidos después de los setenta, que presenciaron variopintos intentos de una revolución social que fue mutando como su consigna: 'Perón vuelve', 'Se va a acabar la dictadura militar', 'Devuélvanme mi dinero'. En este contexto, hay que reconocer que los medios tradicionales tuvieron una sola conducta: siempre fueron oficialistas y realistas a ultranza"[27]. A lo largo de los cuatro años analizados, una de las ideas-fuerza de *Barcelona* resultó ser, justamente, la parodia al tratamiento casi propagandístico que

[21] El 16 de agosto de 2007 en Tucumán y el 9 de noviembre del mismo año en San Luis.
[22] Se refiere a la revista platense *Telaví.*
[23] Entrevista a Ingrid Beck; op. cit.
[24] Entrevista a Ingrid Beck; op. cit.
[25] Esa tensión sobrevuela el status legal de la publicación. Al final de cada revista, en letra muy chica, puede leerse "*Barcelona* es una obra de ficción. Cualquier semejanza con la realidad es pura coincidencia". La publicación tiene, además, dos asesores legales.
[26] Entrevista a Ingrid Beck; op. cit.
[27] Amado Suárez, Adriana; "Puto el que lee"; Revista *Plan V*; 1/7/06; pág. 19.

medios como *Clarín* y *Página/12* llegaron a prodigar al gobierno kirchnerista. *Barcelona* se transformó en una revista eminentemente política y de crítica social… hecha con papel de diario.

¿Un país en serio?

Entre 2001 y 2003 la vida política argentina estuvo signada por una incertidumbre mayor a la acostumbrada. Después del colapso de diciembre de 2001, la sucesión de cinco presidentes en tiempo récord, la pesificación asimétrica dictada por Eduardo Duhalde y el control del desborde social, los argentinos se preparaban para elegir nuevo presidente. Cuando *Barcelona* salió a la calle, la campaña presidencial estaba en su apogeo y ninguno de los candidatos sacaba una ventaja considerable en las encuestas. La única certeza era que la presidencia se definiría en segunda vuelta. Unos días después, hasta esa idea resultaría errada.

En las elecciones del 27 de abril el ex presidente Carlos Menem obtuvo el 24,2% de los votos, y Néstor Kirchner el 22,4%. "Más desocupados que votos", como recordó su esposa Cristina Fernández cuatro años después. Ante una derrota segura, el 14 de mayo Menem anunció que no competiría en el ballotage, lo que llevó al santacruceño a asumir el cargo el 25 de mayo como el presidente menos votado de la historia argentina. Al día siguiente *Clarín* tituló su portada con una frase del nuevo mandatario: "Quiero un país serio y más justo". Ese mismo día Fidel Castro pronunció, ante miles de personas, su último discurso en la Argentina. El país, noticia mundial ininterrumpida desde el default de 2001, seguía convulsionado.

Entre 1998 y 2002 la economía argentina había estado en recesión, y llegó a perder casi 20 puntos de su PBI. Más de la mitad de la población vivía en la pobreza y casi un tercio en la indigencia. A partir de 2003, y con un contexto internacional favorable, el país de Kirchner comenzó a cambiar. En su primer año de gobierno el PBI creció el 8,5 por ciento y parte de la sociedad se recuperó de la crisis. Nicolás Casullo señaló como dato central de la administración Kirchner "la preocupación por un regreso neto de la política como capacidad decisoria". Esta recolocación de lo político en el plano del conflicto tuvo, para el autor, el propósito de "reinstalar democráticamente la idea de por lo menos 'dos' proyectos o programáticas en pugna real"[28]. La revista cuestionaría esta visión de los hechos: ¿pugnaba realmente el proyecto kirchnerista con los intereses que decía combatir (como la iglesia, las empresas privatizadas y los organismos internacionales)?

[28] Casullo, Nicolás; "El conflicto de las interpretaciones"; *Página/12*; Edición digital; 10/12/07.

Algunos analistas afirmaron que el gobierno kirchnerista se basó en el cortoplacismo, sin pensar qué país se estaba construyendo, en contraposición al slogan *Un país en serio*, utilizado para promocionar sus acciones. Al finalizar el periodo presidencial de Kirchner, Marcos Novaro señalaba: "si algo caracteriza la gestión que termina, en comparación con gobiernos previos que tuvieron muchas menos oportunidades y recursos para introducir cambios, es la costumbre de dejar pasar esas oportunidades, evitando invertir recursos en objetivos de mediano y largo plazo, a favor de la maximización de réditos inmediatos"[29]. La crítica apuntaba al poco énfasis que el Gobierno habría dado a un proceso de industrialización basado en el conocimiento y el valor agregado.

Entre los principales cuestionamientos a Kirchner, Novaro también señalaba "la renuncia a realizar reformas en el sistema tributario, en la educación y en la Justicia, así como el errático manejo de las políticas de precios, de inversiones y exportaciones"[30]. También opinaba que si Kirchner lograra armar un partido institucionalizado para el ejercicio del poder en el futuro[31], "la historia le podría disculpar otras oportunidades perdidas, y aunque el resultado distaría de adecuarse a la república con que sueñan muchos de sus seguidores y de quienes se le oponen (…), al menos sería bastante más cercano a lo que hace unos años se llamaba 'un país en serio'"[32].

El kirchnerismo bajo la lupa

Finalizada la presidencia de Néstor Kirchner, los medios propusieron un balance de gestión, cuyas principales características podríamos agrupar en tres categorías. Esta tipología es el esbozo de un consenso, con sus previsibles discrepancias en los posicionamientos políticos y las modificaciones que dará el paso del tiempo.

[29] Novaro, Marcos; "Una regla para el peronismo"; *Página/12*; Edición digital; 10/12/2007.
[30] Novaro; op. cit.
[31] Luego de su mandato, Kirchner optó por transformarse en jefe del Partido Justicialista, retornando así a las estructuras partidarias más tradicionales.
[32] Novaro; op. cit.

a) Las medidas positivas

- La baja en el desempleo. Según el INDEC (que considera ocupados a los beneficiarios de planes sociales), la desocupación bajó del 10,2% en el tercer trimestre de 2006 al 8,1% en el mismo período de 2007.
- La disminución de los índices de pobreza e indigencia: del 51% y 24% respectivamente en 2003, a 29% y 10% en 2006.
- La re-jerarquización de la política de derechos humanos y el impulso de los juicios a los responsables del terrorismo de Estado. Después de la anulación de las leyes de Punto final y de Obediencia en agosto de 2003, se iniciaron los juicios a los represores. Fueron condenados el "Turco" Julián -suboficial de la Policía Federal-, Miguel Etchecolatz -oficial de la policía de Buenos Aires-, Christian von Wernich -sacerdote católico- y Cristino Nicolaides, ex jefe del Ejército.
- La renovación de la Corte Suprema de Justicia con miembros de reconocida trayectoria y capacidad, como Eugenio Zaffaroni, Elena Highton de Nolasco y Carmen Argibay.
- El fortalecimiento regional y las alianzas con Brasil, Venezuela, Bolivia y Chile, que permitieron encarar proyectos en áreas vitales para el futuro, como la alimenticia y la energética, además de crear un frente de negociación política conjunta frente al mundo.
- El aumento de las exportaciones, que en 2007 alcanzaron los 53 mil millones de pesos[33].

b) Los desaciertos

- La falta de protección al testigo clave Jorge Julio López, desaparecido luego de testimoniar contra el ex represor Miguel Etchecolatz, presuntamente protegido por "fuerzas residuales" de la Policía Bonaerense.
- La omnipresente sensación de inseguridad no pudo ser rebatida desde el Gobierno, al mismo tiempo que fue uno de los grandes argumentos de la oposición, que logró un importante triunfo en la ciudad de Buenos Aires con Mauricio Macri. El kirchnerismo no alentó el armado una coalición política que impidiera el triunfo de la derecha en uno de los dos distritos más importantes del país.

[33] Campanario, Sebastián; "Economía, seguridad, salud y educación: las claves de la Argentina que recibe Cristina"; *Clarín*; basado en datos de la Consultora Equis; 9/12/07; pág. 13

- El fracaso de la estrategia política conocida como "transversalidad", que llevó a alianzas políticas con intendentes bonaerenses acusados de ineficacia y corrupción, paradigmáticos de lo que el propio kirchnerismo había definido como *vieja política*.
- La renovación de las licencias a los grandes medios (que no fue criticada en la prensa por razones obvias) disminuyó las posibilidades de un acceso igualitario a los canales de difusión. Tampoco se sancionó una nueva ley de radiodifusión que se ajustara a las características de la vida en democracia.
- El fracaso en los intentos por llegar a un acuerdo con Uruguay por el conflicto de la pastera finlandesa Botnia en Gualeguaychú.
- La manipulación de los índices del INDEC, uno de los más prestigiosos del Estado y fuente de datos oficiales e indicadores a nivel nacional para profesionales, medios y público en general.
- Los funcionarios argentinos implicados en casos de corrupción, manejos irregulares o recepción de dinero de procedencia incierta: la ministra de Economía Felisa Miceli, la secretaria de Ambiente Romina Picolotti y los miembros del Ministerio de Planificación a cargo de Julio de Vido implicados en el caso Skanska, además de la acusación por parte del FBI de que los 800.000 dólares en las valijas del empresario venezolano Antonini Wilson tenían como objetivo el financiamiento de la campaña de Cristina Fernández.

c) <u>La dimensión polémica o cuestionable de la gestión</u>

- El crecimiento del PBI (acumuló el 40% al finalizar el mandato de Néstor Kirchner) y del consumo no tuvo como correlato una baja en los niveles de desigualdad social entre ricos y pobres: "el 40% de la población más pobre recibe el 12% de los ingresos y el 10% más rico un 35% del total"[34].
- La falta de medidas de fondo en áreas vitales como salud y educación, pese a las leves bajas en los índices de mortalidad infantil y analfabetismo.
- La suba en salarios y jubilaciones marchó a rezago del índice inflacionario (un 20% al finalizar 2007)[35].

[34] Campanario; op. cit.; pág. 13
[35] Campanario; op. cit.; pág. 12.

- Las retenciones a las exportaciones provocaron constantes confrontaciones con el sector agroganadero, que sin embargo siguió viéndose favorecido por el modelo de acumulación kirchnerista.
- El pago de 10.000 millones de dólares al FMI implicó una independencia política respecto del organismo de crédito, al mismo tiempo que importantes cuestionamientos al pago de una deuda señalada como ilegítima -al menos en algunos de sus tramos- por prestigiosas instituciones especializadas.
- El “despegue” de las responsabilidades por la tragedia de Cromañón fue una decisión políticamente conveniente, aunque socialmente cuestionada.
- La reestatización de empresas de servicios (energía y transportes) no redundó en una mejor calidad de servicios.

Barcelona, una genealogía

Más allá de sus intenciones rupturistas, *Barcelona* se nutre de cincuenta años de periodismo satírico. A continuación se destacan las principales características de las publicaciones que de una manera u otra prefiguraron su experiencia, señalándose puntos de contacto y diferencias con respecto a la revista.

De Tía Vicenta a Satiricón

Si bien publicaciones como *El Mosquito* o *Caras & Caretas* inauguraron el humor político en la prensa nacional, *Tía Vicenta* podría ubicarse como el antecedente más longevo y directo de *Barcelona*. Considerada como la primer revista contemporánea de humor político, apareció el 20 de agosto de 1957. Su fundador, Juan Carlos Colombres -"Landrú"- dirigía un equipo que contaba con Norberto Firpo, Quino, Juan Fresán, Dalmiro Sáenz y Conrado Nalé Roxlo.

La revista aportaba, según Jorge Rivera, "experiencias desprejuiciadas y realmente innovadoras, como sus parodias de publicaciones, sus números 'bilingües', sus fotomontajes, su manejo satírico (y al mismo tiempo sutilmente informativo) de un caudal de noticias y rumores políticos o económicos"[36].

"No poseía un humor corrosivo, sino casi infantil, pero de todos modos era demasiado atrevida para esa época de obligados silencios y eufemismos"[37], agrega Ana Von Rebeur. Una de sus claves fue la burla hacia el "argentino típico" -esa obsesión inmaterial de la narrativa y el periodismo nacionales-, algo que sería llevado al extremo por *Barcelona*: la des-mitificación y crítica ácida al inabarcable "ser nacional".

[36] Lafourcade, Alejandro; *La revista Humor como medio opositor a la dictadura militar*; Tesina de grado; Licenciatura en Periodismo; Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social; Universidad del Salvador; Buenos Aires; 2004; pág. 10. Cita de Rivera, Jorge, *Historia del humor gráfico argentino*, en Ford, Rivera y Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa. Buenos Aires, 1990. Pág. 121.

[37] Von Rebeur, Ana; "Breve historia de las publicaciones humorísticas argentinas"; Sitio web *Mediosindependientes.com*; diciembre de 2002.

Tía Vicenta fue clausurada en julio de 1966 (año en que llegó a vender medio millón de ejemplares) por Juan Carlos Onganía, ofendido por la forma en que Landrú lo parodiaba como una morsa con bigotes. El humor volvió a estar presente en la prensa gráfica nacional desde agosto de 1971, con la revista cordobesa *Hortensia*, cuna de Roberto Fontanarrosa y Crist.

Al año siguiente nació en Buenos Aires *Satiricón*, exitosa desde el comienzo, gracias a su mezcla de acidez, denuncia e ironía en los llamados *años de plomo*. Para Carlos Ulanovsky tenía una "falta de respeto hacia los valores tradicionales" y era "una revista sin límites"[38], en la que sus periodistas se autodefinían como "iconoclastas". Allí se destacaron, entre otros, Oskar Blotta, Alejandro Dolina y nuevamente Fontanarrosa.

La revista parecía tener un extraño poder anticipatorio. Una historieta publicada en enero de 1976 -"Argentina 2001"- mostraba a un astronauta vernáculo armando una casilla de chapa en la luna. Después de *Satiricón*, según el colaborador Jorge Ginzburg, "nada deja de tener anclajes con la realidad. Valorizó el humor para hacer periodismo"[39]. Después del golpe del '76 sólo se publicaron cuatro números.

Humor, *un cambio de paradigma*

Humor resultó un valioso antecedente para la experiencia de *Barcelona.* Apareció el 1 de junio de 1978, con un equipo de periodistas y humoristas que regresaban del exilio en México y España. Era un quincenario de análisis, quizá el único que en la dictadura hacía una "segunda lectura" de los acontecimientos que narraban el gobierno y los grandes medios. Fue un producto masivo: llegó a editar 350.000 ejemplares.

Eduardo Anguita la recuerda como "una revista increíblemente antidictatorial que sobrevivía con un lenguaje sin eufemismos"[40]. Para Alejandro Lafourcade, "el discurso de *Humor* varió de una modalidad crítica a un estilo combativo y de denuncia, de

[38] Ulanovsky, Carlos; *Paren las rotativas*; Editorial Espasa; Buenos Aires; 1997; pág. 217.
[39] Ulanovsky; op. cit.; pág. 218.
[40] Anguita, Eduardo; *Grandes hermanos: Alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*; Ediciones Colihue; Buenos Aires; 2002; pág. 160.

manera directamente proporcional al aumento de su tirada"[41]. El escritor y periodista Juan Sasturain señala que cuando apareció *Humor* "no había nada de difusión masiva que no fuera obsecuencia, complicidad y miedo. Los que hacían el nuevo mensuario eran gente de oficio: venían de sucesivas aventuras editoriales compartidas a partir de la revolucionaria *Satiricón*"[42].

"Desde el primer número -plantea Lafourcade- *Humor* se planteó hacer frente a las mordazas impuestas al periodismo, y toca dos temas que no podían ser criticados ni objetados: el Mundial de fútbol y la política económica de José Martínez de Hoz. Con el correr de los números, la revista irá abordando otros temas prohibidos, como la represión ilegal, la censura, los desaparecidos o la deuda externa"[43]. *Humor* sentaba posición. Para su secretario de redacción, Aquiles Fábregat, "era realmente el único medio de oposición que había. Ahí había gente que realmente se jugaba, muchos escritores de izquierda"[44].

La revista tuvo desde el principio un claro enemigo, su exacto opuesto: la dictadura militar que gobernó entre 1976 y 1983. El objetivo de *Humor* era claro y ambicioso para su director Andrés Cascioli: debilitar al Gobierno hasta llegar a la democracia. Aunque sus mecanismos retóricos no podían ser tan explícitos: "los dibujantes y redactores -recuerda Von Rebeur- tenían que pensar muy bien cómo hacer un chiste que pudiera pasar ileso a través de la visión de la censura. Esto acostumbró a los lectores a leer artículos entre líneas"[45], generándose un ida y vuelta de complicidades, críticas y códigos compartidos.

Después de la dictadura, *Humor* reemplazó los ataques hacia un enemigo claro (el gobierno dictatorial) por una mirada tibiamente crítica hacia el proyecto alfonsinista, con el simpatizaban algunos de sus periodistas. El discurso de la revista, ni oficialista ni opositor, nunca pudo encontrar un tono tan definido como en los años anteriores. Además, medios como *Página/12* comenzarían a publicar, casi todos los días, las notas de denuncia que habían hecho de *Humor* el único medio opositor en la dictadura.

[41] Lafourcade; op. cit.; pág. 126.
[42] Lafourcade; op. cit.; pág. 15. Cita de Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín; *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el proceso*; Ediciones Colihue; Buenos Aires; 1998; pág. 366.
[43] Lafourcade; op. cit.; pág. 28.
[44] Lafourcade; op. cit.; pág. 17. Cita de Canal (á); Documental sobre *Humor*; emitido en agosto de 2003.
[45] Von Rebeur; op. cit.

A esos problemas "identitarios" se sumaron inconvenientes financieros y demandas por calumnias e injurias (unas 35 durante el menemismo, la misma cantidad que había tenido en la dictadura). En los ´90 *Humor* entró en crisis. Entre los problemas económicos y la pérdida de lectores, la revista publicó su último número en 1999, cuando quebró Ediciones de la Urraca[46].

Humor en dictadura, periodismo en democracia

Dentro de *Humor*, el suplemento *El Amarillo* también resultó un antecedente directo para *Barcelona*, ya que imitaba a los diarios sensacionalistas, con títulos impactantes y fotos trucadas, aunque sin un contenido político explícito. Marchetti asegura que "*El Amarillo* fue la última gran cosa que hizo *Humor*. Una maravilla. Creo que tres meses de *El Amarillo* influyeron muchísimo más en *Barcelona* que veinte años de la revista *Humor*, que tenía grandes cosas, pero me interesaban más algunos columnistas (como Héctor García Blanco y Gloria Guerrero) que su línea editorial"[47].

Podríamos decir que la mayor influencia de *Humor* sobre *Barcelona* radica en su "agenda sin censura". Sobre todo desde sus primeros números, *Barcelona* impactó por publicar lo que -aparentemente- le venía en gana a sus periodistas. Al igual que en *Humor*, no existían temas prohibidos. Las cartas de lectores ofendidos por el tratamiento dado a las distintas "noticias" eran una constante en los primeros meses de la revista, que sin embargo se volvía cada vez más irreverente e intransigente, al punto de confeccionar, irónica y provocativamente, listas de temas con los que supuestamente "no se jode…" *Barcelona* no excluye ninguna temática, por más escabrosa o políticamente incorrecta que resulte, tanto para el establishment como para el progresismo bienpensante. Más adelante abordaremos el tema de la agenda de *Barcelona* y los consabidos "límites".

Para Quevedo, *Barcelona* no se relaciona en forma directa con *Humor*, que "fue una revista extraordinaria pero pretenciosa en sus dibujos, su gráfica, sus notas, sus

[46] Lafourcade; op. cit.; pág. 20.
[47] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit.

escrituras… Se llamaba *Humor* pero era una revista de crítica social. Era la expresión cultural del momento, en medio de la dictadura y la censura.
Barcelona no tiene pretensión de trascendencia: se inscribe en la estética de lo efímero, se parece más a un chiste callejero"[48].

Humor, por otra parte, no era una publicación ajena al seguimiento gubernamental. "Sabíamos por algunos datos -señala Tomás Sanz- que en las reuniones de gabinete se analizaba mucho la revista. Y, como siempre, había comentarios de los más blandos y de los más duros. Creo que en un momento Harguindeguy quería borrar la revista, y otros quizás la querían mantener como costo-beneficio, como una muestra de que en realidad había libertad de prensa"[49].

Muchos años después, los políticos democráticos del país también fueron atraídos por la irreverencia de *Barcelona*, no para censurarla sino -quizá- para disfrutar de un placer secreto. Pablo Marchetti revela que "a [el ex canciller] Rafael Bielsa le gustaba mucho la revista y se la hizo leer a Kirchner. Y a la semana Jorge Lanata publicó en su sitio web que el medio preferido de Kirchner no era *Página/12*, sino *Barcelona*. Ahí decía que la leía con un ex ministro, el hijo, y que Verbitsky también se la había acercado"[50].

Los miembros de *Humor* se autodefinían como humoristas. "Nuestro equipo, extrañamente heterogéneo, tiene una sola bandera: la del humor. Y tal vez sea por eso que provoca confusiones de ciertos sectores que -ellos sí- están definidos a favor de determinada corriente. Hace unos meses, la revista *Cabildo* [una publicación católica y ultraderechista] nos acusaba de subversivos y marxistas. Ahora, la revista *Línea* nos tilda de comerciantes y oficialistas"[51]. El equipo de *Barcelona*, en cambio, se define y reivindica, antes que nada como periodístico.

Aunque en *Humor* se autodefinían -justamente- como "humoristas", la oposición a la dictadura los situaba en una zona ideológica definida. Esto ya no es tan claro en *Barcelona*, que salió al mercado en una época donde los posicionamientos resultaban más complejos, pasibles de suscitar varios malentendidos. Marchetti lo confirma: "al

[48] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit..
[49] Lafourcade; op. cit.; pág. 18. Cita de Canal (á); op. cit.
[50] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit.
[51] Lafourcade; op. cit.; pág. 62. Cita de *Humor*; nro. 54; marzo 1981; pág. 5.

principio de [la gestión de] Kirchner, cuando se hablaba del 'zurdaje', *Noticias* había sacado una tapa que se llamaba "Los cazazurdos", ilustrada con la imagen de [el ex director de *Ámbito Financiero*, Julio] Ramos. Después salió una opinión de Verbitsky pegándole a Ramos, diciendo que *Ámbito Financiero* a veces daba noticias que parecían competir con *Barcelona* (Verbitsky nos nombró en varias editoriales). Al mismo tiempo Ramos hablaba bien de nosotros: decía 'una revista que no tiene ideología' (…) Nosotros sacamos una vez una tapa que decía, cuando fue el paro en el Garrahan, que los médicos estaban operando con la hoz y el martillo… ¡ y reprodujeron esa tapa en *Ámbito Financiero* diciendo que nosotros denunciábamos a los trotskistas!"[52].

El Porteño *y* Cerdos & Peces*: lo censurado vuelve a escena*

En 1981 apareció la revista cultural *El Porteño*, un quincenario exitoso desde el comienzo: su primer número vendió 5000 ejemplares. "Cuando los Estados Unidos estaban inmersos en la guerra del Vietnam -contextualiza Carlos Ulanovsky- las ideologías del rock, la paz y el amor significaban el estilo de vida y pensamiento contraculturales del momento. *El Porteño* retoma más de diez años después -en clave de revista progresista y juvenil, con una escritura frontal, agresiva y, en ocasiones, paródica- aquellas banderas, las actualiza y les suma información sobre lo nuevo (cine independiente, literatura inédita, rock argentino, temas de la represión), las minorías cada vez menos marginales (indígenas, gays, mujeres) y las renovaciones estéticas, sociales, políticas o sexuales del tiempo que se vivía[53].

Esta nueva publicación se caracterizó, según Eduardo Anguita, por "las investigaciones con denuncias y una búsqueda continua de nuevas voces y de actores sociales poco conocidos. Estos ingredientes se volcaban sobre un formato que combinaba cierto desparpajo en la manera de enfocar la realidad con la mejor literatura. Algo que la prensa norteamericana ya había bautizado como 'nuevo periodismo'"[54]. Jorge Lanata,

[52] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit. El principal titular del ejemplar número 63 (19/8/05) era "Los huelguistas salvajes estarían politizando la protesta del Garrahan" y mostraba en un fotomontaje a dos cirujanos "operando" con esas herramientas.
[53] Ulanovsky; op. cit.; pág. 292.
[54] Anguita; op. cit.; pág. 155. Desde comienzos de los '60, este estilo se distinguió por "la construcción escena por escena, el registro del diálogo con el entrevistado en su totalidad, el retrato global del comportamiento de la persona y la técnica del punto de vista en tercera persona (…) Sus textos eran

colaborador de la revista, contó que "otra cosa que aportó fue un desenfado, no el de la revista *Humor*, sino algo más punky, más duro"[55].

La necesidad de traer a escena esas nuevas voces y los nuevos escenarios culturales propiciados por la democracia llevaron a Enrique Symns -ex periodista de *Satiricón* y *La Maga*, y jefe de redacción de la revista- a proponerle a su fundador Gabriel Levinas la realización de una nueva revista, más enfocada al público joven. De esta manera, en agosto de 1983 apareció *Cerdos & Peces*, primero como suplemento de *El Porteño* y a partir de 1984 de forma independiente.

Cerdos & Peces fue también una publicación disruptiva, que buscó señalar contradicciones e hipocresías morales de la sociedad post-dictatorial durante el resurgimiento de las libertades individuales. Fue considerada una revista extrema, de "estilo marginal, despojado de máscaras y convencionalismos, con un lenguaje directo. Destinado a un público joven, era el sitio donde se reivindicara a las minorías- gays, travestis, trabajadoras sexuales, desequilibrados mentales, adictos, perversos-, se trataban temas tabú como eran las drogas, el sexo en sus aspectos más promiscuos, transgresores, políticamente incorrectos"[56].

Allí podían leerse crónicas urbanas, investigaciones policiales a cargo de Ricardo Ragendorfer, relatos eróticos y entrevistas inventadas. Escribieron artistas, periodistas y escritores como Vera Land, Claudio Kleiman, Marcelo Fernández Bitar, Osvaldo Baigorria, además del Indio Solari y Rocambole (miembros de los Redondos), con quienes Symns mantuvo una fuerte colaboración artística. La revista fue "el intento de validación de nuevas identidades sociales, aquellas reprimidas por una sociedad

---

virulentos, algunas veces caóticos, y utilizaban el argot del público al que estaban dirigidos". Publicaciones como *Rolling Stone*, *The New Yorker*, *Playboy* tocaban "temas marginales como las drogas, el sexo libre o los derechos de las mujeres y de los negros" (Lafourcade; op. cit.; pág. 31). Sus impulsores, "imbuidos de una fuerte pragmática empírica, señalan la necesidad de utilizar técnicas de ficción para contar el acontecer diario y postulan fórmulas de la literatura para reconstruir los 'datos de la realidad'. En consecuencia, el hecho ya no es la noticia, sino que ésta es el relato del hecho" (Miceli, Walter; Albertini, Emiliano y Giusti, Eugenia; "Noticia = negociación política"; en *Oficios Terrestres*, Publicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social; Universidad Nacional de La Plata; año V; nro. 6; 1999; pág. 15).

[55] Ulanovsky; op. cit.; pág. 293.

[56] Fernández, Lucas Emilio y Medina, Emmanuel; "*Cerdos & Peces*, postales o aguasfuertes de la primavera democrática"; Sitio web de la *Fundación Diagonal Sur*; 2004.

autoritaria"[57]. *Barcelona* comparte con esa revista su constante juego con la ficción. Con un lenguaje irónico y burlón, Symns "utilizaba a la ficción periodística como un modo de ficcionalizar el mundo", ya que "se oponía a la idea del periodismo como Cuarto Poder. No estaba de acuerdo en concebirlo como una copia del sistema judicial, donde se usan los mismos procedimientos, el mismo lenguaje"[58].

Cerdos & Peces fue pionera en el tratamiento de temas urticantes, que *Barcelona* volvería a traer a escena, como la sexualidad dentro de la Iglesia. Desde la tapa se anunciaban notas sobre la legalización de la marihuana y la homosexualidad.
Además incluyó relatos de autores extranjeros decisivos en la contracultura y el nuevo periodismo, aunque poco leídos en el país, como Charles Bukowski y William Burroughs. La revista sufrió reiteradas censuras a lo largo del gobierno alfonsinista, en general por "apología de la droga". Después de cada uno de estos episodios, sus ventas aumentaban. Pero la hiperinflación de fines de los ´80 acabó con el proyecto, que tuvo regresos fugaces en 1997 y 2004.

Página/12, *la sátira diaria*

Sería difícil concebir la existencia de *Barcelona* en la prensa gráfica argentina sin la experiencia exitosa de *Página/12*, "un objeto semiótico autosuficiente donde el suceso es el mismo diario"[59]. Fundado por Jorge Lanata, salió a la calle el 25 de mayo de 1987. Su idea original había surgido de una sección de dos hojas de *El Porteño*, a cargo de Marcelo Helfgot y Alberto Ferrari, llamada "The Posta Post", descripta por Marcelo Constantini como "la opinión y la crítica teñida de ironía, el dato como cable a tierra entre la actualidad y la historia que la condicionaba (…) todo rematado con la pretenciosa sentencia de 'todo lo que los demás medios saben, pero no pueden publicar'"[60].

Pensado originalmente como un "boletín contrainformativo" de cuatro páginas, el proyecto mutó en un diario de dieciséis sin una "torta" publicitaria garantizada. La

[57] Fernández y Medina; op. cit.
[58] Fernández y Medina; op. cit.
[59] Constantini, Marcelo; "Un mito diario"; en González, Horacio; *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*; Paradiso; Buenos Aires; 1992; pág. 132.
[60] Constantini; "Un mito diario"; op. cit.; pág. 131.

financiación llegó a través de Francisco Provenzano, militante de un grupo financiado por el gobierno de Nicaragua que realizaba algunas actividades "asociadas a la publicación de autores hasta entonces proscriptos. Uno de los primeros resultados fue la revista *Entre Todos*, vocero del frentismo impulsado por los antiguos guerrilleros marxistas y su emergente, el Movimiento Todos por la Patria"[61] (MTP).

El objetivo del MTP era "apoyar, con los medios al alcance de su organización, el surgimiento de un diario de centroizquierda que ayudara a recomponer ese sector en la época de los carapintadas"[62]. Aunque la organización aportó los 100 mil dólares necesarios para que saliera a la calle, "no interfirió en absoluto en la redacción del diario ni en su línea editorial"[63], según consigna Eduardo Anguita. Ese sponsoreo duró hasta enero de 1989[64].

Página/12 se nutrió de los lectores de *El Porteño* y su creador y director, Jorge Lanata, contrató a periodistas con experiencia y a columnistas reconocidos para continuar con la línea del nuevo periodismo en la Argentina. El estilo coloquial y burlón del diario fue, desde el comienzo, muy bien recibido por lectores con niveles de ingresos y educación elevados. Ese público se mantendría fiel al diario durante los años subsiguientes. *Página/12* "se parecía a un periódico francés de bajo costo, *Le Canard Enchainé*, enteramente autofinanciado con la venta y por ello liberado de las presiones y condicionamientos que establece la publicidad oficial o de las empresas privadas"[65].

Otro diario francés, *Libération*, aportó el concepto gráfico: la tapa con un solo tema, para que el lector comprendiera la importancia asignada a la noticia central desde una clave irónica y cómplice, muchas veces apoyada en logrados fotomontajes. Constantini apuntó que "el cuidado que *Página/12* da a su tapa logró establecerla como producto independiente, superando la idea de espacio exhibidor de sucesos ordenados por su

[61] Anguita; op. cit.; pág. 158.
[62] Anguita; op. cit.; pág. 159.
[63] Anguita; op. cit.; pág. 170.
[64] Luego del intento de copamiento de La Tablada del 23 de enero de 1989 (Provenzano murió durante la rebelión), *Página/12* se negó a "acompañar" al MTP, que dejó de financiarlo. El diario comenzó a tener problemas económicos, pero ganó sustentabilidad en los años siguientes, gracias a fuentes de financiación que a veces seguían llegando desde la política: como intendente de Buenos Aires, Carlos Grosso aumentó la pauta publicitaria de *Página/12*, y en 1992 Eduardo Angeloz otorgó un millón de dólares al editor Fernando Sokolowicz para la edición del efímero *Córdoba/12*.
[65] Anguita; op. cit.; pág. 156.

jerarquía inmanente, para convertirla en el suceso en sí. Búsqueda de un hecho único, tapa-actualidad cuya intención comunicativa tiene más que ver con un lazo cómplice con su lector que con la exhibición de la noticia"[66].

En contraposición se situaba "la prolijidad y el recato de *Clarín* para seleccionar con rigurosa precisión cuatro o cinco noticias acordes con sus secciones en una demostración de los límites de la certeza, la sacralizada objetividad y el reconocimiento de los personajes relevantes, derrochando modos y tiempos verbales con una intachable tercera persona"[67]. *Barcelona* sintetiza aspectos de ambos diarios: el uso del formato frío e impersonal de *Clarín* se transforma en una herramienta que establece -en el contenido- un nexo de ironía y complicidad con el lector, a la manera de *Página/12*.

El éxito inicial dentro del ambiente periodístico fue clave para el diario de Lanata, quien recordó que "los periodistas de otros medios empezaron a citarnos a la par de los grandes medios", aún vendiendo solamente 26 mil ejemplares por día. *Barcelona* también tuvo una recepción favorable en el ambiente, aunque desde un lugar menos masivo, ya que sus "noticias" eran, la mayoría de las veces, irreproducibles en los grandes medios. El aporte de sus periodistas se expresó fundamentalmente a través del boca a boca.

Retórica de izquierda y acidez del descreimiento

El discurso del diario ha sido analizado en detalle por Horacio González, quien asegura que "la lengua satírica de *Página/12* es una retórica de izquierda". No se trataría entonces de un medio típicamente de izquierda, sino de "un diario liberal-modernizador, con un lenguaje tomado de la larga tradición de las izquierdas del lenguaje, es decir, las retóricas satíricas"[68].

"*Página/12* dio -según este autor- el paso trascendental de convertir el discurso periodístico en una retórica basada en collages, ironías, parodias, atmósferas ficcionales

[66] Constantini; "Un mito diario"; op. cit.; pág. 131.
[67] Constantini; "Un mito diario"; op. cit.; pág. 132.
[68] González, Horacio; *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*; Paradiso; Buenos Aires; pág. 12.

y sátiras ingeniosas, propias de la conversación del ciudadano informado"[69]. Aquí encontramos otro paralelismo con *Barcelona*: la revista no informa -ni siquiera hace reír- si no se conoce el devenir sociopolítico del país y el mundo. La ironía y la sátira funcionan -al igual que en *Página/12*- en ciudadanos que pueden ser descreídos, desilusionados y hasta cínicos, pero nunca desinformados.

El lenguaje periodístico del diario es, en palabras de Constantini, una "retórica satírica como cuestionamiento permanente de una actualidad concebida como políticamente corrupta y económicamente injusta"[70]. Para González, el lector "no sabe si *Página/12* es satírico porque la realidad merece ser contada de otra forma rebelde, o porque la realidad misma ya está en estado satírico"[71]. *Barcelona* y sus lectores también transitan por esta indefinición del status de lo real. Como señala Amado Suárez, la realidad supera muchas veces a la mejor ficción, "por lo que nada mejor que copiarla desde el absurdo"[72].

Barcelona parece optar por la postura de que la realidad ya es satírica, y su deber sería traer a escena ese trastocamiento: "la realidad no está constituida por cosas sino por signos y el periodismo tiene como misión revelar justamente esa cualidad retórica de lo real"[73]. *Barcelona* continúa y profundiza el juego iniciado por *Página/12*: sus mecanismos satíricos buscan develar las verdaderas intenciones de los protagonistas de la noticia. Se trata de "mostrar en su fatal desnudez el desatino de los otros"[74].

Como señala González en su análisis del diario, el interés de *Barcelona* no es explicitar las noticias, sino la retórica de las noticias. Pero va un paso más allá: al no tener la (imposible) obligación de "reflejar" la realidad, impone un tratamiento satírico, ácido y mordaz a la retórica de los acontecimientos, pero también a los acontecimientos mismos.

La retórica de *Página/12* tiene límites: "el tratamiento satírico o paródico no se extiende a hechos catastróficos u otros eventos de carácter luctuoso, que no resistirían los juegos

[69] González; op. cit.; pág. 55.
[70] Constantini; op. cit.; pág. 133.
[71] González; op. cit.; pág. 118.
[72] Amado Suárez; op. cit.; pág. 19.
[73] González; op. cit.; pág. 103.
[74] González; op. cit.; pág. 26.

de humor"[75]. En una entrevista con Marcelo Constantini, Lanata sostenía: "con el tiempo, nos dimos cuenta de cuáles eran nuestros límites, quiero decir, no convertirnos en los borrachos de la fiesta, no joder con todo, y esos límites los seguimos respetando: muertes, accidentes, tampoco es la pavada"[76]. *Barcelona*, como veremos, trasciende esos "límites" para fijar un nuevo contrato con sus lectores.

La declamación progresista

Horacio González afirma que "*Página/12* ha descubierto la manera de provocar constantes estímulos en la reserva de sentido común de las clases urbanas profesionales"[77], definiéndose en el lábil territorio de la cultura *progresista*, donde "denuncia crímenes estatales pero agrega a la denuncia un sabor humorístico: el sabor de la resignación argentina, el crimen social nunca realmente reparado o esclarecido"[78].

Si en el diario existe "la imperativa necesidad de agrupar lectores en terrenos bien diseñados fuera de cuyo perímetro yace una realidad abominada", *Barcelona* plantea un constante desafío identitario a su público. No hay figuras intocables: todos -incluidos los lectores- son pasibles de la sátira y la condena. El progresismo -y muchas veces los dirigentes de izquierda- conforman, para la revista, una máscara vacua. Cualquier porción de la realidad, y cualquiera de sus protagonistas, pueden ser criticados.

Para González, la ideología progresista de los lectores de *Página/12* anticipa la escritura del diario. En el caso de *Barcelona*, tal ideología es atacada por inconsistente, con lo cual desestima cualquier condicionamiento que pueda partir de su público. De hecho, es elogiada desde zonas ideológicas contrapuestas. Beck afirma que "eso nos desconcierta. Pero creo -prosigue- que a la derecha le gusta la revista porque… la derecha es muy cínica. Supongo que les gustará la manera en que tratamos temas como el de la fragmentación de la izquierda…"[79].

[75] González; op. cit.; pág. 23.
[76] Constantini, Marcelo; "Entrevista a Jorge Lanata"; en González, Horacio; *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*; Paradiso; Buenos Aires; 1992; pág. 143.
[77] González; op. cit.; pág. 16.
[78] González; op. cit.; pág. 128.
[79] Entrevista a Ingrid Beck; op. cit.

En 1993, según Eduardo Anguita, *Página/12* fue vendida por siete millones de dólares. "El socio fue Héctor Magnetto, número dos de *Clarín*. *Página/12* quedaba de la misma vereda del *gran diario argentino*, alineado en ese momento con Menem", señala el autor. La venta provocó el alejamiento de Lanata, disconforme con la operación y desgastado por las disputas internas entre los sectores administrativo y periodístico del diario. "Las razones por las cuales *Clarín* decidió hacerse de un diarito pujante pero pequeño y ubicado a la izquierda de su registro es algo rodeado de un misterio que se hizo extensivo a toda la operación. Hay quienes lo leyeron como parte del posicionamiento político de grupos de prensa en esos días en torno a la madre de todas las batallas, la posible perpetuación del menemismo"[80], propone Anguita.

Otra explicación podría derivarse de las palabras del propio Lanata, quien en abril de 1992 -época de auge del diario- declaraba que "la opinión pública es un sector amplio de la clase media, media alta y media baja que influye sobre la opinión general, que multiplica lo que publicás. Ahí nosotros tenemos una inserción muy grande, incluso una credibilidad muy grande, en este momento más que la de cualquier otro medio, porque si no no se explicaría por qué nosotros, vendiendo bastante menos de la mitad de lo que vende *Clarín*, tenemos más poder político que *Clarín*"[81]. Aunque no se comparta la afirmación sobre tal magnitud del poder de *Página/12*, es posible leer la operación como una estrategia de *Clarín* para sumar a su público (o a sus clientes…) una porción influyente de la sociedad argentina, al menos desde la esfera cultural.

El medio-emblema del progresismo y la crítica al poder fue absorbido por un diario líder y oficialista, o tibiamente crítico en sus momentos más extremos. *Página/12* mantuvo su postura opositora durante la segunda presidencia de Menem, pero durante el periodo analizado su rol fue distinto. Si en los '90 se había caracterizado por su implacabilidad hacia el oficialismo, a partir de la asunción de Kirchner su línea editorial se hizo cada vez más favorable al Gobierno. Más allá de las evidentes diferencias entre las presidencias de Menem y Kirchner, uno de los referentes históricos del *progresismo* había cambiado su razón de ser, lo que llevó a una parte importante de dicho sector a lidiar con nuevos problemas identitarios. En esa clase de heridas y resquicios se insertaría *Barcelona*, con titulares como "Reactivación. La clase media recupera sus

[80] Anguita; op. cit.; pág. 179.
[81] Constantini; "Entrevista a Jorge Lanata"; op. cit.; pág. 150.

niveles históricos de fascismo" (número 101 – 2/2/07), un certero ataque -en tiempos de recuperación económica y triunfo macrista en la ciudad- hacia los valores de la clase media porteña.

El mundo satirizado

Hoy existen en el mundo al menos cinco publicaciones que comparten, cada una a su manera, el estilo satírico de *Barcelona*:

- *Le Canard Enchainé* (*El pato encadenado* o *El periódico encadenado*), semanario francés de 90 años. Publicó los mayores escándalos políticos y económicos del país, desde el suicidio del estafador Alexandre Stavisky en 1934 -que provocó la caída de un gobierno- hasta el otorgamiento de una tarjeta de crédito a la esposa del presidente Nicolas Sarkozy, para que pagara con dinero público sus "gastos de representación" como primera dama. No tiene publicidad, para cuidar su independencia financiera y política.

- *Charlie Hebdo*, otro semanario satírico francés, fundado en 1992. Cobró relevancia internacional cuando en febrero de 2006 publicó caricaturas de Mahoma que fueron consideradas ofensivas por organizaciones de la comunidad musulmana, quienes iniciaron una demanda a la revista. Uno de los dibujos representaba al profeta con una bomba a modo de turbante, y otro lo mostraba con la cabeza entre las manos, mientras decía "Es difícil ser querido por idiotas". Su director Philippe Val fue absuelto en marzo de 2007[82].

- *El Jueves* ("la revista que sale los miércoles") es su equivalente español. En julio de 2007 un juez ordenó retirar de la venta el ejemplar en cuya portada aparecía una

[82] Las doce caricaturas habían sido publicadas originalmente en el diario danés *Jyllands-Posten*, en septiembre de 2005, y provocaron una crisis diplomática entre Dinamarca y el mundo islámico. En febrero de 2008 algunos diarios daneses volvieron a publicar las caricaturas y hubo tres detenidos por preparar un atentado contra el dibujante Kurt Westergaard. Cuatro meses después Al Qaeda justificó un atentado contra la embajada danesa en Islamabad (Pakistán), donde murieron 6 personas, alegando que era un castigo por la publicación de los dibujos. El 19 de junio la Justicia absolvió a dos redactores del diario de injurias y calumnias. La sentencia confirmaba la absolución de otros dos periodistas del medio en septiembre de 2006 (Agencia de noticias EFE, cable informativo del 19/6/08).

caricatura del príncipe Felipe y su esposa Letizia manteniendo relaciones sexuales, por el supuesto delito de injurias a la Corona. La noticia multiplicó el interés por la publicación -por la que se llegaron a pedir hasta 2.500 euros en internet- y abrió un debate sobre la libertad de prensa y la censura en España.

- La estadounidense *The Onion*, que desde 1988 comenta noticias reales y ficticias, siempre en un tono periodístico "serio". Su espíritu autocrítico sonó desafinado en el clima monocorde de los medios bajo la administración republicana. Se edita en papel de diario y tiene títulos como "Al hablar de la crisis climática, Bush llama al desarrollo de un Aire Acondicionado Gigante". En *The Onion* también hay lugar para la parodia a medios como *USA Today* y *New York Times*.

- *The Clinic* es una publicación quincenal satírica fundada en Chile en 1998. Sus principales "víctimas" son los militares, el Partido Comunista, la Concertación, la derecha y la iglesia católica. Su slogan "Firme junto al pueblo" fue copiado del *Clarín* local, cerrado después del golpe militar de 1973. La publicación fue también creada por Enrique Symns. En una entrevista de *Rolling Stone*, el ex director de *Cerdos & Peces aseguró* que *The Clinic* fue la primera revista de oposición al pinochetismo. En 2004 vendía 50 mil ejemplares por quincena, una cifra inédita para una revista en ese país. "Íbamos agarrando los medios chilenos y los destruíamos"[83], completa el periodista y escritor, quien dejó la publicación por disidencias políticas con uno de sus socios y disputas con artistas y políticos chilenos.

[83] Maratea, María; "El hombre de los venenos"; Revista *Rolling Stone*; enero de 2004; pág. 44.

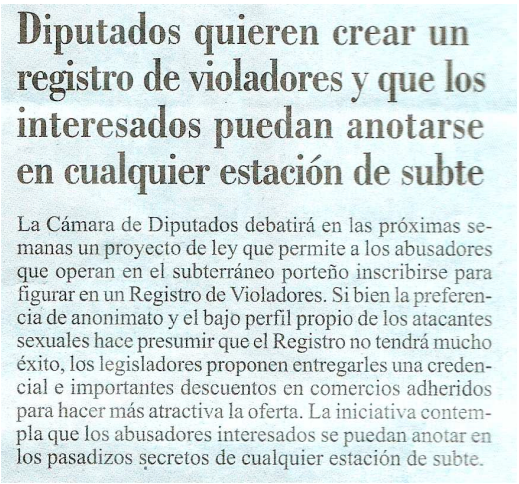
Entre las reglas formales y la sátira mordaz

En esta sección se analizarán las "noticias" de la publicación, tanto desde sus especificidades como desde su contraste con la prensa "seria". Se describirán las formas en que la revista satiriza las reglas de funcionamiento del periodismo gráfico argentino y construye su particular estilo periodístico-ficcional.

¿Barcelona hace periodismo?

El periodismo es, según Mar de Fontcuberta, "la comunicación periódica de un hecho que acaba de ocurrir o descubrirse, o que tiene previsto suceder en un futuro más o menos próximo, a un público masivo o especializado, a través de los medios de comunicación"[84].

La diversidad de las prácticas periodísticas del siglo XX derivó en estilos como el nuevo periodismo, del cual los miembros de *Barcelona* parecen haber tomado nota para darle una vuelta de tuerca. Sus responsables crearon un "nuevo periodismo al revés": parten de los datos de la realidad (una declaración, una medida de gobierno, un atentado) y construyen una historia ficticia, con el humor como herramienta para editorializar sobre la actualidad.



Diputados quieren crear un registro de violadores y que los interesados puedan anotarse en cualquier estación de subte

La Cámara de Diputados debatirá en las próximas semanas un proyecto de ley que permite a los abusadores que operan en el subterráneo porteño inscribirse para figurar en un Registro de Violadores. Si bien la preferencia de anonimato y el bajo perfil propio de los atacantes sexuales hace presumir que el Registro no tendrá mucho éxito, los legisladores proponen entregarles una credencial e importantes descuentos en comercios adheridos para hacer más atractiva la oferta. La iniciativa contempla que los abusadores interesados se puedan anotar en los pasadizos secretos de cualquier estación de subte.

Ante el aumento de "abusadores que operan en el subterráneo porteño", *Barcelona* imaginó una improbable respuesta gubernamental al problema (número 89 – 18/8/06, pág. 10). Se trata, al mismo tiempo, de una crítica a la inacción o al desinterés de los gobernantes en torno a temas de alta exposición en la agenda pública y mediática.

[84] Miceli, Albertini y Giusti; op. cit.; pág. 16. Citado de Mar de Fontcuberta, *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Paidós, España, 1993, pág. 17.

Dura respuesta a la máquina canadiense que hace operaciones de próstata

Crean en la Argentina un robot capaz de hacer operaciones políticas, económicas y de prensa

A la reciente noticia de la creación, en Canadá, de un robot capacitado para realizar intervenciones quirúrgicas de próstata, se acaba de sumar el anuncio en la Argentina de una máquina capaz de realizar "operaciones políticas, económicas y de prensa" con "sólo apretar a un par de botones". Sus creadores, investigadores del laboratorio Lobby Tecnology, con sede en Catamarca, revelaron que tanto el robot que opera próstatas como el que realiza operaciones políticas y de medios "de alguna manera tienen en común no sólo la tecnología con la que están elaborados, sino también el hecho de que se aplican para operaciones sucias en las que a nadie le gusta enchastrarse las manos".

"Hasta ahora, la operación política, económica y de prensa que conocemos se ha realizado mediante un **trabajo coordinado** de distintos agentes afectados a la intervención, y necesariamente requería de la actuación de personas que ponían en riesgo **su prestigio, su credibilidad y sus fuentes de fortuna** en pos de un interés mayor. A partir de la creación de Lobbito –como llamamos afectuosamente en el laboratorio a nuestra flamante hallazgo–, todo ese trabajo estará **concentrado en una sola máquina** capaz de intervenir en distintos medios", cuenta el ingeniero Manuel Pellegrini, uno de los responsables del fabuloso invento. "Lobbito es programable según las necesidades del sector para el cual debe operar, y maneja una amplia gama de posibilidades: puede operar por teléfono, por e-mail, a través de celulares, mensajes de texto, bluetooth, internet, correo convencional y, si fuera necesario, puede contratar servicios de terceros, ya sean éstos periodistas, gremialistas **o simplemente matones**, según el nivel de operación y los requerimientos de quien lo opera", agrega el científico.

Según los investigadores de Lobby Tecnology, el robot que realiza operaciones de prensa, políticas y económicas podrá entrar en funcionamiento recién **a mediados de 2008**. "Estamos ajustando los últimos detalles, básicamente los que tienen que ver con los archivos de voz que podrá cargar Lobbito en su memoria RAM", explica Pellegrini. "Por ahora, hemos comprobado su efectividad **usando la voz** de Alberto Fernández, de Joaquín Morales Solá, de **Alfredo Yabrán**, de Fernando Niembro y de Carlos Avila, y los resultados fueron excelentes", revelan los estudiosos. "Ahora nos falta comprobar **si las operaciones** de Lobbito tienen el mismo efecto cuando usa la voz de **personas menos influyentes**, y si obtiene el mismo nivel de presión a través de la palabra escrita, y para eso tenemos que estudiar mejor el **estilo de escritura** de cada personaje a interpretar". Según cuentan, varias de las empresas **más monopólicas del país** han aportado "desinteresadamente" una importante **suma de dinero** a la investigación destinada a la creación de Lobbito. "Y son las mismas que **ahora nos presionan** para que terminemos el robot y lo pongamos en funcionamiento", cuenta, jocoso, Pellegrini. "Es que **las empresas no pueden con su genio**", remata, entre risas.

Sucio. Es el carácter de los trabajos que hace el robot Lobbito.

La "noticia" surgió después del anuncio de la creación, en Canadá, de un robot capaz de hacer cirugías de próstata. Su creador explicaba que "Lobito es programable según las necesidades del sector para el cual debe operar" y "puede contratar servicios de terceros, ya sean éstos periodistas, gremialistas o simplemente matones". La revista equiparaba su rol al del ex jefe de Gabinete kirchnerista, Alberto Fernández: ambos "se aplican para operaciones sucias en las que a nadie le gusta enchastrarse las manos" (número 115 – 17/8/07, pág. 10).

Para aproximarnos a la función que desempeña *Barcelona* en el ecosistema de los medios, resulta útil un repaso a las distintas metáforas construidas para explicar las funciones del periodismo:

- un *espejo* de los acontecimientos, lo que "implica un reflejo fiel (aunque con inversión y posibles distorsiones de la imagen), a pesar de que el ángulo y la dirección del espejo lo decidan otros, y tengamos menos libertad de ver lo que queramos"[85]. En contradicción- con este razonamiento, la revista podría actuar como la definió el periodista Pablo Plotkin: un "prisma distorsivo"[86] de los diarios *serios*.

- Un *filtro* o *vigilante*, "que selecciona partes de experiencia para una atención especial y bloquea, intencionadamente o no, otras voces y opiniones"[87]. En este punto asoma la agenda de la revista, que pone en escena grandes temas ignorados o silenciados en los diarios nacionales, pero cuya trascendencia es fundamental para la sociedad: los desequilibrios sociales, los intereses egoístas de los gobernantes o la eterna postergación de los países "emergentes".

  El periodismo de la revista se acercaría de este modo a la función que Price plantea para los *periodistas-fiscales*, quienes "permiten a los públicos atentos

[85] McQuail, Dennis; "Teoría de los *media* y teoría de la sociedad"; en *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*; Paidós; Barcelona; 1999; pág. 118.
[86] Plotkin; op. cit.; pág. 62.
[87] McQuail; op. cit.; pág. 118.

formarse alrededor de desacuerdos con la elite". En *Barcelona* no se trataría del simple "toque de atención" de *Clarín*, sino de "servir como vigilante efectivo de los asuntos públicos"[88], aunque es importante tener en cuenta que la línea editorial de la revista -pesimista por naturaleza- dista de auspiciar alguna acción transformadora de la sociedad.

- Una *guía* o *intérprete* que "indica el camino y explica lo que de otro modo parecería desconcertante o fragmentado"[89]. Una tercera función de *Barcelona* sería proveer elementos para entender esa realidad política que se nos presenta en los grandes medios como caótica, sin explicaciones sobre sus motivaciones profundas. Como veremos más adelante, al mismo tiempo que ridiculiza el concepto de "claves" (utilizado por *Clarín* como resumen didáctico de las noticias), la revista lo subvierte para transmitir sus propia interpretación sarcástica de los sucesos del país y el mundo.

Es innegable que el entretenimiento también resulta una motivación para leer la revista. Esta función proporciona -según Dennis McQuail- "recompensa individual, relajación y disminución de la tensión, factores que ayudan a la gente a vérselas con los problemas de la vida real"[90]. El lector de la publicación, plantean Bracuto Verona y Conde, "seguramente ni siquiera esté buscando información sino la mirada de autor que propone *Barcelona* por sobre las noticias. Al comprar *Barcelona* el usuario no busca informarse sino divertirse con la complicidad que se le propone desde la revista"[91].

De todos modos, sus editores insisten en que se trata ante todo de un producto informativo, al punto de incomodarse cuando en las entrevistas de prensa se menciona a *Barcelona* como una revista humorística. *Barcelona* entretiene, pero sólo a quienes están informados sobre el devenir político-social (o la visión que los grandes diarios plantean sobre él). Su lectura también implica la puesta en juego de códigos compartidos. Así lo observa Quevedo: "Es una revista híper-referenciada en otras

[88] Price, Vincent; "Conceptualización del proceso de la opinión pública"; en *Opinión pública*; Paidós; Barcelona; 1994; pág. 110.
[89] McQuail; op. cit.; pág. 118.
[90] McQuail; op. cit.; pág. 136.
[91] Bracuto Verona, Guadalupe y Conde, Fernando; *Análisis semiótico de Barcelona*; Trabajo presentado en la cátedra de Semiología; Carrera de Diseño Gráfico; Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo; Universidad de Buenos Aires; Buenos Aires; 2006; pág. 16.

textualidades. Requiere tener muchas competencias porque exige estar muy informado, pero además conocer la interna de esos temas…"[92]

Buscan denodadamente el cuerpo sin vida del filósofo francés

No encuentran por ningún lado el cadáver de Jean Baudrillard y temen que su muerte "no haya tenido lugar"

"No pudimos encontrar el cuerpo por ningún lado", dice el encargado de la casa de servicios fúnebres Le Parc, de París. "Por el momento tuvimos que suspender el funeral por la completa desterritorialización del cadáver de Jean", agrega Thierry Ronguignol, titular de la cátedra de Epistemología y Metalinguística Contemporánea de la Universidad de la Sorbonne. "El flambre no aparece", remata uno de los empleados de Le Parc. La noticia, que se publicó en todos los medios del mundo, señala que el filósofo murió el pasado 5 de marzo, a los 77 años. Sin embargo, varios pensadores amigos de Baudrillard indican que "es muy probable que la muerte de Jean no haya tenido lugar".

"Creemos que con el fallecimiento de Jean haya ocurrido lo mismo que, según él, pasó con la Guerra del Golfo", explica el sociólogo Claude Berissé, presidente de Utopia, la filial Lyon del club de fans de Baudrillard, una entidad que tiene más de 100 peñas en toda Francia. "Lo más probable es que la muerte de Jean haya sido un acontecimiento creado por los medios, pero que en realidad no pasó", agrega el sociólogo y fan. "Jean lo había dicho claramente: la realidad es la que crean los medios", coincide el epistemólogo Marcel Languedilla, de la peña "Posmodernidad y valor", de Toulousse. "Y aunque es verdad que su muerte fue anunciada a los periódicos por sus familiares, también es cierto que nada de eso hubiera sucedido si los medios no difundían la información que dieron los parientes".

Ausencia. No encuentran el cadáver de Baudrillard en ningún lugar.

La búsqueda

Mientras tanto, menos reflexiva, la policía francesa continúa buscando intensamente el cadáver de Baudrillard. La dirección general de la Sureté ya envió la orden de poner la foto del filósofo en todos los patrulleros de Francia, y anunció que ofrecerá una suculenta recompensa a quienes puedan aportar datos para dar con el paradero del autor de *La transparencia del mal* y *El crimen perfecto*. "Acá hay mucho chamuyo porque el tipo vivía de eso", advierte una alta fuente de la Sureté, que pide que no se divulgue su identidad "para no crear ningún malentendido". Según el policía francés, "más allá de lo que digan estos verseros profesionales, acá hay un tipo que se murió y que no aparece por ningún lado", y prometió: "Seguiremos investigando".

Mi "no lugar" es otra cosa

POR MARC AUGÉ

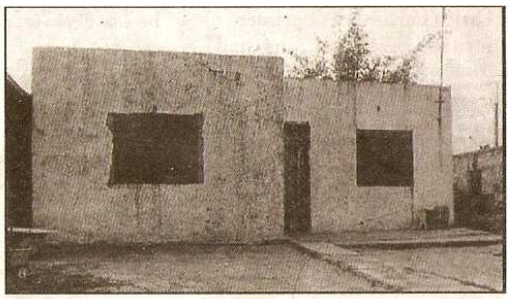
Lamento mucho la muerte de Jean Baudrillard. Toda muerte es dolorosa, y más cuando se trata de un colega. Pero hay mucha gente que está confundiendo los tantos. Mucho se ha hablado de las similitudes entre la "desterritorialización" de Gilles Deleuze, el planteo de Jean de que "la guerra del Golfo no ha tenido lugar", y mi "no lugar". Pero se trata de cosas muy diferentes. Jean hablaba de los medios de comunicación. Gilles no sé muy bien de qué hablaba. En cambio yo hablo de otras cosas, que son muy complejas como para sintetizar aquí, por lo que recomiendo a todos los que están leyendo esto que compren mis libros.

"Lo más probable es que la muerte de Jean haya sido un acontecimiento creado por los medios, pero que en realidad no pasó", habría dicho un sociólogo francés (número 104 – 16/3/07, pág. 6). Quevedo plantea que "*Barcelona* es para pocos, una clásica revista de nicho que establece un pacto de complicidad muy grande con sus lectores. El lector de *Barcelona* es un tipo capaz de saltar esa fronteras, entrar en el código, disfrutarlo, armar comunidad y producir identidad[93].

La noticia: algunas definiciones[94]

- Para Lucrecia Escudero es la "construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos".
- Lorenzo Gomis la define como una "imagen del presente social": los periodistas "tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad política y socialmente relevante", agrega Miguel Rodrigo Alsina.
- Desde la óptica de Stella Martini, se trata de una "construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento". Como señalamos en páginas anteriores, *Barcelona* retoma estos "efectos futuros" de la noticia y lleva al extremo el análisis siempre pesimista -"realista", responderían sus responsables- sobre sus implicancias.

[92] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit..
[93] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit..
[94] Martini, Stella; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; Editorial Norma; Buenos Aires; 2000; págs. 32, 33 y 103.



Espacioso. El tratado establece dos ambientes y un patio para tirar piedras.

Treinta metros cuadrados por la paz en el Oriente Medio

Así será el nuevo Estado palestino

El presidente de los Estados Unidos, George W. Bush, y el primer ministro de Israel, Ariel Sharon, sellaron un histórico acuerdo en la ciudad de Tel Aviv, con vistas a la creación del tantas veces postergado Estado palestino. El nuevo país funcionará en una simpática casa de dos ambientes y tendrá una superficie de 30 metros cuadrados, en los cuales millones de palestinos podrán cumplir el sueño de la patria propia. La ausencia de autoridades del pueblo palestino y la presencia de antipáticos hombres bomba le restaron brillo a la ceremonia de creación del nuevo Estado. "Son unos desagradecidos", señaló Sharon, quien prometió futuros bombardeos a la franja de Gaza, en protesta por la ingratitud palestina.

En junio de 2004 el conflicto entre Israel y Palestina alcanzó uno de sus puntos más críticos. La revista planteaba que -como resultado de esa desigual relación de fuerzas-"el nuevo país funcionará en una simpática casa de dos ambientes" (número 3 – 1/6/04, pág. 15).

Entonces ¿hay noticias en *Barcelona*? En términos estrictos, podría decirse que los textos de la revista pertenecen al campo de la ficción, porque narran falsas acciones y declaraciones, protagonizadas por personas reales[95]. En cuanto al formato, sí podría hablarse de una "construcción periodística del discurso de la información", ya que sus textos responden a las prescripciones del discurso periodístico.

Cuestión de estilos

El estilo de escritura en *Barcelona* podría definirse como un híbrido de fórmulas periodísticas al servicio de la parodia. Se utilizan tres tipos de texto para lograr este efecto[96]:

- *Informativo*: "da el relato de los hechos, evita descripciones secundarias y secuencias laterales, y recurre a estrategias de legitimación, como la referencia a las fuentes oficiales o jerarquizadas". Desde sus características formales, este es el texto mayormente presente en *Barcelona*: una noticia con cabeza informativa y la cita de fuentes, bajo el precepto periodístico que pide "en cada línea un dato, en cada párrafo una idea". Los textos "informativos" adquieren en *Barcelona* un

[95] Un "no-acontecimiento periodístico" se define como la "construcción, producción y difusión de noticias a partir de hechos no sucedidos o que suponen explícitamente una no-información en el sentido periodístico" (Miceli, Albertini y Giusti; op. cit.; pág. 16. Cita de Mar de Fontcuberta; op. cit; págs. 26-28).

[96] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; págs. 110 y 111.

cariz particular: el apego que la revista presenta a las reglas del periodismo es directamente proporcional a su espíritu subyacente de crítica destructiva.

- *Narrativo*: "es una manera de acercarse más al lector… apela a las anécdotas, secuencias laterales, descripciones, y notas de color. El uso del estilo narrativo, más propio de las noticias sobre la vida cotidiana y el delito, incluye la descripción que contribuye a la verosimilitud, y que subraya la fuerza del referente". Este formato se usa en *Barcelona* para plantear "desvíos" respecto de la noticia estándar y realzar el estilo de ironía, sarcasmo y cinismo propio de la publicación. Se lo reconoce, por ejemplo, en los textos que incluyen encuestas y en la descripción de personajes de la sección "*Barcelona* Pueblo a Pueblo".

- *Argumentativo*: "busca persuadir, y apelar a la capacidad de razonamiento del lector, e intenta convencer (la argumentación racional) o conmover (la argumentación emocional). Esta última es típica del periodismo de corte sensacionalista". *Barcelona* editorializa al menos de tres maneras: desde su estilo corrosivo, con las tapas y titulares de alto impacto y a través de las editoriales propiamente dichas, a cargo de su falso director José María Carbonell i Figueres. En este espacio se refuerza su visión satírica hacia el periodismo argentino, mientras que en los medios convencionales las editoriales suelen ser lugares de auto-celebración o justificación de coberturas equivocadas. Las editoriales de *Barcelona* copian y desarman este mecanismo de legitimación en un solo movimiento:

Editorial

Se trata, a estas alturas, del acontecimiento editorial más esperado del año, de una sana tradición argentina. Pero esto no implica rutina ni mucho menos. Al contrario: en su edición 2003, el ya clásico ANUARIO BARCELONA viene más renovado que nunca. Con más páginas, más color (las ediciones anteriores fueron en blanco y negro), con un diseño, ágil, moderno y audaz, y con unas cuantas innovaciones. Por ejemplo, las infografías y gráficos, que hacen más amena la lectura y más sencilla la aprehensión de cada dato, de cada cifra, de cada concepto. Con este revolucionario método, todos los lectores (hasta los más imbéciles) podrán entender todo lo que sucede en la Argentina y en el mundo. Un país y un planeta cada vez más complejos donde, curiosamente, viven hombres y mujeres cada vez más idiotas. Comprender esos fenómenos, lo que pasó y lo que vendrá, es una urgencia inmediata. Como en aquel glorioso 25 de mayo de 1810, el ciudadano de hoy también quiere saber de qué se trata. Y este anuario es la mejor herramienta para averiguarlo. Ojalá les sirva, queridos lectores.

Joan Marí Carbonell i Figueres
Director de Barcelona

Los editoriales de los grandes diarios suelen mezclar autopromoción y definiciones contaminadas de lugares comunes. Esta columna del falso director de *Barcelona*, en cambio, critica el facilismo de los grandes medios y el público que *crean*. Así, festeja su nuevo "diseño ágil, moderno y audaz", gracias al cual "todos los lectores (hasta los más imbéciles) podrán entender todo lo que sucede en la Argentina y en el mundo" (Anuario 2003 – pág. 3).

Además de ironizar sobre el ecosistema mediático, las editoriales de *Barcelona* incluyeron crítica política. En el siguiente texto se hace una falsa defensa del *statu quo*, en vísperas de las elecciones presidenciales:

Editorial

El llamado del deber cívico

"Voto latino/
de entre las masas."
Virgilio

Una vez más, la democracia nos pide que acudamos en su ayuda. Y como soy un convencido de que, con sus desaciertos, con sus imperfecciones, con sus cientos de miles de indigentes, con sus excluidos, con sus analfabetos, con sus desnutridos, con sus niños muertos, con sus enfermos de Chagas y con su sempiterna manía de expulsar a millones al abismo del desempleo y las condiciones de vida insalubres, la democracia es el mejor sistema que existe, cada vez que la democracia me llama siento el deber cívico de decir "presente".

Porque es muy fácil utilizar la tribuna de un medio de comunicación masiva para criticar, quejarse, denunciar e intentar destruir todo lo que está mal. Pero debemos tomar conciencia de que, cuando destruimos, corremos el riesgo de que en nuestra embestida también caigan buenas acciones, buenos proyectos y hasta buena gente. Por eso yo prefiero construir; aunque en esa construcción también participen corruptos, explotadores, hambreadores y demás alimañas. Por eso yo prefiero la propuesta en lugar de la protesta.

Votá, querido lector. No importa a quién, pero votá. Hay candidatos para todos los gustos: pues bien, elegí a alguno. Como yo, que ya elegí al mío. Me imagino que te estarás preguntando quién es. Lo siento, pero es mi deber cívico aclararte que el voto es secreto.

Joan Marí Carbonell i Figueres
Director de BARCELONA

El autor defiende a la democracia, aún "con sus cientos de miles de indigentes, con sus excluidos, con sus analfabetos, con sus desnutridos…" y pide con esperanza: "No importa a quién, pero votá" (número 120 – 26/10/07, pág. 2). Políticamente incorrecto, el texto critica la idea de la democracia formal como "el mejor sistema político creado por el hombre", gane quien gane la elecciones.

Barcelona y *el lenguaje de los medios*

Jean Mouchon plantea que "interrogarse sobre la producción lingüística del periodista en su relación con la realidad es esencial, puesto que el producto informativo se define

cuando se elige el discurso para representar la realidad"[97]. Los editores de *Barcelona* parecen tener muy clara la importancia del estilo lingüístico en la comunicación periodística.

Una de sus "noticias" sintetizó con humor y sarcasmo la forma en que la elección de cierto vocabulario da cuenta de las posturas ideológicas en la transmisión de la información: "Papi, papi, se dice *militante,* no *activista*", habría dicho[98] "Daniel Hadad Jr.".

El chico está bien de salud y no se pagó rescate

Secuestran al hijo de Daniel Hadad y se lo devuelven progresista

Una llamada telefónica bastó para que el empresario Daniel Hadad respirara aliviado y a la vez se sorprendiera no tan gratamente. Su pequeño hijo de 11 años le avisaba, desde una remisería, que estaba sano y salvo, y también lo advertía sobre los profundos cambios ideológicos sufridos durante su cautiverio. Daniel Hadad Jr. fue secuestrado, en apariencia, por un grupo de personas de Palermo empeñadas en convertirlo al progresismo.

"Papi, papi, se dice *militante*, no *activista*." Con esas palabras, el pequeño Daniel Hadad Jr., de 11 años, sorprendió a su papá por teléfono el lunes pasado a la madrugada. El niño llamaba desde una remisería de Moreno, donde lo habían dejado los secuestradores, quienes se lo habían llevado cuatro días antes mientras paseaba con la niñera, que ya fue echada por no llevar el arma reglamentaria.

Los cambios

Danielito fue devuelto sano y salvo, sin que se pagara rescate alguno, pero con algunos cambios trascendentes de personalidad. Al parecer, Junior estuvo preso en algún lugar de Palermo, en la Ciudad de Buenos Aires, y fue muy bien atendido, aunque se lo sometió a un duro entrenamiento intelectual (*véase recuadro*).

Desde que volvió a casa luego de la odisea, el pequeño insiste en cambiarse a un colegio público –"quiero conocer gente de todas las clases sociales", sostiene firmemente–, colabora con las mucamas en la limpieza de la casa aun contra la voluntad de su madre, reemplazó sus carísimas y modernas mochilas por morrales y en todas las reuniones familiares despotrica contra el country en el que vive: "Odio a esta gente atrincherada en estos búnkers", proclama. En verdad, según se sabe, estos son sólo algunos de los cambios que el vástago del dueño de Telenueve manifiesta abiertamente.

Hace unos días, en una fiesta privada en la casa electrificada de Oscar González Oro, Hadad le habría comentado a un amigo: "El nene me está volviendo loco, critica toda la programación del canal, me dice que tengo que echarlos a todos y contratar a Aliverti y a Liliana Daunes, y que un poco de zurdaje viene bien".

Antes. Danielito Jr. y sus padres cuando era bebé.

"Me hacían leer 'Las venas abiertas de América latina'"

Después de cuatro días de cautiverio, Daniel Hadad Jr. contó, en exclusiva, cómo fue su secuestro: "Me metieron en un auto, que creo que era un Lada, y me llevaron a un departamento muy lindo, que me parece que estaba en Palermo. Ahí nos sentamos con los chicos –que llevaban puestos unos pasamontañas de colores – y nos pusimos a charlar. Me pusieron horarios para estudiar (me tuve que leer los cinco tomos de *El Capital*), para ver televisión críticamente y para los grupos de discusión. Me trataron muy bien, por suerte."

Después. Junior posa con su padre después de su calvario.

"El nene me está volviendo loco, critica toda la programación del canal, me dice que tengo que echarlos a todos y contratar a Aliverti y a Liliana Daunes, y que un poco de zurdaje viene bien", son las supuestas palabras del padre preocupado (número 3 – 1/6/03, pág. 11).

Al mismo tiempo, uno de los objetivos de la revista es hacer explícito lo que algunos medios -y la corrección política- se esmeran en maquillar.

[97] Mouchon, Jean; "Las prácticas del periodismo y la palabra instituida"; en *Políticas y medios*; Gedisa; Barcelona; 1999; pág. 44.

[98] A modo aclaratorio: utilizamos comillas y potenciales para referir a acciones descriptas como verdaderas en las falsas noticias de *Barcelona*. De igual modo, cuando se transcriben falsas declaraciones *citadas* en esas *noticias* podremos utilizar los verbos en pasado o presente, según lo requiera el contexto.

Sobre el titular se lee: "El mundo progre, sorprendido por la falta de eficacia del lenguaje" (número 125 – 4/1/08). Ese mismo lenguaje, que los medios toman y devuelven a la sociedad, es material para *Barcelona*.

La publicación también quiere poner en evidencia los engaños a los que apelan los gobiernos cuando toman medidas económicas impopulares, y cómo esas estrategias llevan a que los medios masivos naturalicen esas desviaciones. En la nota "Cristina Fernández convoca a especialistas en castellano para encontrar un 'eufemismo piola' que reemplace el término 'ajuste'", *Barcelona* aclaraba que "los cambios en la nueva gestión empezarían por el lenguaje y tal vez, luego, vendrían otras modificaciones" (número 122 – 23/11/07, págs. 2 y 3).

Búsqueda. La Presidenta electa está en plena investigación de sinónimos.

Los especialistas de la Facultad de Filosofía y Letras convocados para comunicar el ajuste habrían dicho: "Tenemos que disfrazarlo de manera tal que la gente se sienta contenta de ser ajustada, que pida más y más: la palabra tiene que ser lo suficientemente ambigua como para disimular sus efectos". La cita también sugería que algunos argentinos tienen un impulso sadomasoquista cuando eligen a sus representantes (número 122 – 23/11/07, pág. 2).

La revista ridiculiza las frases hechas a las que acuden los medios, por ejemplo, en épocas de campaña:

Un importante acuerdo, en marcha

Radicales y lavagnistas habrían decidido que la UCR pondrá "el aparato" y Lavagna aportará "los equipos", pero nadie tiene idea de quién conseguirá "los votos"

El acuerdo entre radicales y lavagnistas sin partido estaría casi listo, y sólo sería cuestión de "ver qué onda con un par de cuestiones". Según fuentes radicales, la idea es que los hombres de la UCR aporten toda su experiencia en materia de transa y boludeo, mientras que los seguidores del ex ministro Lavagna proveerían "los equipos", "pero no los económicos, sino los de audio, para poner arriba de los autos y salir por los barrios a propalar el nombre de los candidatos", explican fuentes lavagnistas. "En suma, la UCR aportará el aparato partidario, y el lavagnismo aportará al aparato de Lavagna", agregan. Los votos, una incógnita.

"Lo único que tenemos que resolver es quién aportará los votos necesarios para que esto sea algo más que un sello de goma", aseguran en el Ateneo Radical Roberto Lavagna de Caballito, primera muestra del acuerdo que ya está en marcha. "Desde la UCR ponemos a disposición del nuevo frente a todos nuestros legisladores, diputados, concejales, concejeros vecinales, un montón de ñoquis siempre dispuestos a llenar con sus nombres y apellidos cuanta lista sábana aparezca", dice un radical que prefiere el *off*. "pero por los mosquitos". El lavagnismo, por su parte, sumará "toda su fuerza de lobby y sus contactos con lo más recalcitrante del empresariado nacional y extranjero".

Este titular es también una burla a la endeble oposición al kirchnerismo: "la idea es que los hombres de la UCR aporten toda su experiencia en materia de transa y boludeo" y el lavagnismo "sus contactos con lo más recalcitrante del empresariado nacional y extranjero" (número 98 – 22/12/06, pág. 5).

Las tapas: un golpe certero

Al igual que muchos medios gráficos, *Barcelona* atrae la atención -y parte de las ventas- por el impacto de sus tapas[99]. Esta primer aproximación a esa *para-realidad* propuesta en la revista apunta a provocar reacciones fuertes: hilaridad, incredulidad o repugnancia... todo menos indiferencia. Se trata del lugar de enunciación por excelencia en la revista. Como señala Jimena Durán, la portada de *Barcelona* "se analogaría a una 'trompada', a un golpe fuerte que desanestesia la cotidianeidad de la noticia masticada y remasticada por los *mass-media*. Los titulares son sentencias 'políticamente incorrectas', que trabajan desde lo indecible y casi impensable"[100].

Pablo Marchetti define a la concepción de la tapa como uno de los momentos "más colectivos" de la revista, donde se busca responder a tres preguntas cruciales en cualquier proceso comunicativo: *qué queremos decir*, *de quién estamos hablando* y *cómo estamos hablando de esa persona, entidad o tema*.

La clave que encierran estos interrogantes es uno de los secretos de *Barcelona*: la ideología -tema tabú por excelencia en la prensa- nunca es soslayada entre sus periodistas, quienes de todos modos no se ven obligados a sentar posiciones fijas: "Hay un cuestionamiento ideológico constante -afirma Marchetti-. Pero a mí me llama la atención esta cosa de preguntarnos dónde nos posicionamos, como si tuviéramos que encasillarnos en una ideología"[101].

Fernando Sánchez complementa la idea: "Nosotros nos ubicamos siempre en la vereda de enfrente. Nos vamos moviendo y tenemos una mirada distinta a la que se tiene desde el poder, que siempre está en distintos lugares"[102]. Marchetti insiste: "La noticia, en definitiva, es el poder, el afán desmesurado por él y cómo eso lleva a cagar a la gente

[99] Según Guillermo Sunkel, "la portada es un espacio privilegiado donde los diarios construyen una identidad pública que les permite ser reconocidos por sus lectores. La portada es también una invitación a la lectura" (Sunkel, Guillermo; *La prensa sensacionalista y los sectores populares*; Editorial Norma; Bogotá; 2002; pág. 71).
[100] Durán, Jimena; "Un (des)encuentro por gritos impúdicos. La circulación de Barcelona"; Sitio web *Gof.com.ar*
[101] Nicastro; op. cit.
[102] Nicastro; op. cit.

sin pensarlo siquiera"[103]. El (leve) poder de *Barcelona* reside en narrar esos hechos desde la parodia y el sarcasmo.

En sus primeras tapas, la revista se situaba en un terreno más ficcional que crítico, con temas dispersos (guerras inventadas, falsas encuestas, un mayor peso de temáticas internacionales) y titulares ilustrados con dibujos, práctica que a partir de su segundo año de vida se volvió muy esporádica.

Una derivación impensable para el conflicto por la instalación de la papelera Botnia en Fray Bentos (número 25 – 23/1/04).

En los primeros números no había un estilo fijo para los titulares de portada: podían imitar a *Clarín* (una práctica que se volvería definitiva con el tiempo), *La Nación* (con el antiquísimo método de comenzar la oración con un verbo) o *Crónica* y sus frases urgentes sin artículos (número 6 – 12/9/03).

[103] Valle; op. cit.

A partir de 2005, y ya independizada de *TXT*, las tapas -y los textos- alcanzaron su tono periodístico más acabado, utilizando la misma agenda de los grandes diarios, pero una mirada propia, cada vez más ácida. Desde ese año pródigo en noticias de alto impacto - elecciones legislativas, secuelas de *Cromañón*, el cambio de Papa - *Barcelona* publica tapas que buscan desentrañar el sentido subyacente de nuestra realidad social y política. Entre lectores y periodistas de otros medios, se consolidaba la idea de que un solo titular de la revista tenía un mayor poder explicativo sobre el momento del país que todos los diarios de una quincena.

Piñas, sexo y Photoshop

Barcelona eligió una estética chocante y disruptiva para su portada, cuya efectividad se apoya en decisiones estéticas que no son nuevas en la prensa nacional, pero que han sido re-procesadas para garantizar la originalidad del producto. El diseño y la diagramación de portada imitan -y al mismo tiempo se contraponen- con las características de los diarios "serios":

- "el estilo de la tipografía de la marca *Barcelona* -señalan Guadalupe Bracuto Verona y Fernando Conde- responde claramente a la marca de la revista [de extrema derecha] *Cabildo*, en obvia oposición al tipo de contenido ideológico presentado por esta última"[104];

- los títulos-catástrofe remiten a las versiones impresa y televisiva de *Crónica* y "el uso de colores plenos vivos como el amarillo, magenta o cyan hace que la diferencia sea notoria en relación con las tapas de los diarios en las predomina el blanco"[105]. La elección cromática dota a *Barcelona* de un aspecto de poca seriedad y calidad.

[104] Bracuto Verona y Conde; op. cit.
[105] Bracuto Verona y Conde; op. cit.

El sensacionalismo en el diseño se complementa con titulares catastrofistas. En esta ocasión la revista "anticipó" el escenario posterior a las elecciones legislativas de 2005, comparándolo con el fenómeno climático que azotó la costa este de Estados Unidos (número 65 – 16/9/05).

- La publicación hace un constante uso del fotomontaje. El propósito es ilustrar de manera explícita las "noticias", para agregarles un plus falsamente testimonial. Las imágenes burdamente alteradas con Photoshop también pueden interpretarse como una relectura irónica del abuso de esa herramienta en revistas como *Caras* y *Gente*:

Antes de que se pagara la deuda al FMI, los medios hicieron múltiples especulaciones sobre cómo cancelaría la Argentina sus obligaciones en el exterior (número 49 – 1/10/04).

En un ejercicio de "humor casi negro", este fotomontaje sirvió para llevar hasta el extremo los rumores difundidos en la prensa -y desmentidos desde el oficialismo- sobre el estado físico de Néstor Kirchner (número 74 – 20/1/06).

El impacto estético de las tapas suele complementarse con palabras "prohibidas" en el periodismo tradicional. La conmoción que provocan los términos vulgares en titulares-catástrofe es un dato importante para el contrato con la revista: el lector puede sentir

complicidad inclusiva por la familiaridad extrema o desagrado excluyente por la "falta de respeto".

Barcelona utilizó este recurso varias veces, apelando casi siempre a una fuerte terminología sexual, quizá la más sencilla vía de escandalización:

Número 51 – 29/10/04

Número 84 – 9/6/06

Número 118 – 28/9/07

Una sátira mediática

Muchos titulares de *Barcelona* son un anzuelo cuyo hilo nunca lleva al tema prometido. Este "olvido" no difiere demasiado de la estrategia de revistas semanales como *Veintitrés*, que suelen anunciar la develación de incógnitas sistemáticamente soslayadas en su interior. Con esos "titulares-trompada", *Barcelona* lleva al extremo la impudicia informativa del impacto por el impacto mismo, procedimiento *amarillo* por excelencia.

En un nivel más general, sus tapas pueden leerse como una sátira a la agenda, la forma y el contenido del periodismo argentino. *Barcelona* usa "los títulos de *Clarín* en el formato catástrofe de *Crónica* con las fotos de *Noticias* para mofarse de las cuestiones que tanto preocupan a *La Nación*"[106], señala Adriana Amado Suárez.

En su utilización indiscriminada de los lugares comunes del periodismo, la revista construye una crítica mordaz a sus procedimientos de "éxito garantizado", como la

[106] Amado Suárez; op. cit.; pág. 19.

reproducción del rumor (con el condicional como *vedette*), la validación de una información dudosa presentada como el resultado de una encuesta, las inexactitudes que diluyen responsabilidades ("Ahora dicen…") y la omnipresente idea de que "el sexo vende".

En las siguientes tapas pueden observarse algunos ejemplos de la satirización de las reglas informativas de la prensa gráfica argentina:

Esta portada satiriza el desconocimiento, la imprecisión y el vocabulario con que algunos medios argentinos hablan del "ánimo" de la economía (con mercados "eufóricos" o "deprimidos"). Debajo del título se lee "La versión no está del todo confirmada. Pero las probabilidades existirían".
Por otro lado, como es usual en *Barcelona*, los dardos están dirigidos a una política gubernamental cuyo compromiso con los más humildes es puesto en serias dudas (número 71 – 9/12/05).

Aquí se evidencia el desinterés de los grandes medios para presentar temas relevantes en determinadas épocas del año, como también el sinsentido y la repetición de determinadas fórmulas vacuas al momento de informar. La crítica se extiende a los gustos de los lectores: "Afirman que las revistas con culos y tetas en las tapas venderían mucho más" (número 73 – 6/1/06).

El titular con letras gigantes "vende" un ejemplar con información detallada sobre la Copa del Mundo de Alemania. Pero un examen más detallado sorprenderá al lector con la frase completa: "Informe especial. Todos los temas de los que no se habla por culpa del Mundial". Algunos de esos interminables tópicos son "destino de las regalías petroleras", "trabajo esclavo" e "ilícitos en la adquisición de gobernadores radicales" (número 83 – 26/5/06).

Esta portada satiriza los análisis políticos pretendidamente serios de la prensa gráfica, que a veces se limitan a la enunciación de lo obvio. Además, el titular impacta por el hecho de traer a escena, y agrupar bajo un mismo interrogante ("Quién gana y quién pierde"), temas cuya importancia en la vida de los lectores no se corresponde con el espacio que tienen en los medios (número 109 – 25/5/07).

Iguales pero distintos

Sobre todo a partir de su último rediseño[107], las tapas de *Barcelona* fueron una explícita parodia al contenido de *Clarín*:

Clarín, 22/7/07

Barcelona, 6/7/07

[107] A partir de su número 111 (22/6/07), la revista agregó en la parte derecha de la tapa una columna con informaciones de "interés general".

La diferencia más importante respecto del formato del diario es que *Barcelona* incluye un gran titular, que ocupa, junto a su bajada, casi toda la superficie de la portada. Este cuerpo textual se plantea como un sarcástico resumen de lo sucedido en la quincena a nivel político y social. Los otros títulos parecen menos relevantes, pero una segunda lectura confirma la parodia a las estructuras informativas del matutino.

Barcelona ha copiado de *Clarín* el diseño y los títulos de las siguientes secciones:

- Antes del titular principal, un destacado en la parte superior de la página, cuya función es "brindar información de interés general a través de una forma dinámica y de fácil lectura. La utilización de misceláneas, filetes y fotografías es similar en ambos casos"[108], aunque en *Barcelona* hay otro uso retórico: se privilegia la ironía y el sarcasmo sobre el tipo de información que se publica y la forma en que se narran las noticias en el diario más importante del país. "El uso de fotos pequeñas para ilustrar alguna nota puntual, generalmente en la parte superior de la tapa, es delirante y rompe con la previsibilidad de género"[109], completan Bracuto Verona y Conde.

- La inclusión del lema en la misma zona de la marca. Para *Clarín*, "Un toque de atención para la solución argentina de los problemas argentinos". Para *Barcelona*, "Una solución europea para los problemas de los argentinos".

- Un segundo (y hasta un tercer) destacado a la derecha del titular principal, que en el matutino informa sobre temas de importancia en la ciudad, el país o el mundo, y en la revista prioriza *información* local, ya sea "informes especiales" sobre temas olvidados en la agenda mediática o cuya intrascendencia hace imposible que se transformen en "noticiables".

- Dos o tres notas englobadas bajo la palabra "Además". En el diario son, principalmente, informaciones de la sección Sociedad. En la revista pueden ser impresiones que no llegan a calificar como noticia ("Capaz que la cosa mejora un poco") o ironías sobre la superficialidad -o el encubrimiento- con que los medios tratan temas complejos. En la tapa citada, se habla de "los nuevos narcotraficantes" como

[108] Bracuto Verona y Conde; op. cit.
[109] Bracuto Verona y Conde; op. cit.

“peruanos indocumentados que viven en villas” que “reemplazan a un millonario jerarca del PJ bonaerense”. También a la manera de *Clarín*, se promete un informe con “todas las claves”.

- En el extremo inferior derecho de la página, el matutino suele incluir un destacado con la silueta de un “protagonista de la noticia”, en general un deportista o un artista que difunde una nueva obra. En la portada de arriba, el diario difunde a un artista de su multimedios. La tapa de *Barcelona* satiriza esta estrategia prometiendo develar qué hacen Marcelo Bonelli y Gustavo Sylvestre, otros miembros del Grupo Clarín, “cuando se les cae un invitado”.

- Por último, el matutino cierra su portada con su clásica “Frase del día”, en general pronunciada por un político. Esa sentencia pretende resumir el panorama informativo de la jornada, al mismo tiempo que deja sentada una opinión “fuerte”. Contrariamente, en *Barcelona* esa frase se convierte en una declaración imposible (en general de tono elevado) y a destiempo, hecha por un personaje caído en desgracia o alejado de la esfera pública.

La "noticia" en *Barcelona*

La teoría del periodismo brinda conceptos clave para el análisis de los procesos productivos de la profesión. Para conocer las características de las "noticias" de *Barcelona* recurriremos, entre otras, a las nociones de *fuentes informativas*, *criterios de noticiabillidad* y *agenda periodística*.

Las fuentes: durmiendo con el enemigo

Las fuentes son, según Herbert Gans, "los actores que el periodista observa o entrevista, incluyendo a los entrevistados que salen al aire o son citados en los artículos periodísticos, y aquellos que sólo suministran información básica o sugerencias para historias"[110]. Como recurso fundamental para la labor periodística, las fuentes deben ser confiables, productivas y accesibles. Son además el medio más importante para lograr la verosimilitud del discurso: permiten crear un espacio referencial para que el lector lo reconozca.

Barcelona parece minar este proceso desde adentro. Sin renunciar al oficio, su *periodismo invertido* apela a un juego que hace equilibrio entre el absurdo y el realismo cínico: la publicación de declaraciones imposibles -por lo políticamente incorrectas- de políticos importantes. Es una suerte de meta-mensaje que indica: *estas son las declaraciones que nunca va a leer en la prensa argentina*. Sin anestesia, la revista busca explicitar las reales intencionalidades del poder:

Cristina Kirchner desmiente que viaje para irse de shopping: "Voy a hacer negociados y a regresar con dinero en efectivo de origen dudoso como corresponde a cualquier funcionario serio"

La candidata a Presidenta por el oficialismo, Cristina Kirchner, desmintió enfáticamente las versiones que suelen asociar sus giras políticas con meros paseos de compras. "Se equivocan los que dicen que yo soy de esos dirigentes frívolos que gastan fortunas en viajes insustanciales: yo traigo fortunas y soy muy eficiente, tan eficiente que jamás me abrieron una valija", explicó. Cristina aseguró que sus constantes travesías son muy provechosas para la Argentina. "Si la gilada se piensa que vuelo todos los meses durante horas y horas para cambiar de cartera o para pasear por Disneylandia, allá ellos. Mientras tanto, yo sigo rekaudando", concluyó.

Número 115 – 17/8/07, pág. 4

[110] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 46. Citado de Gans, Hebert J.; *Deciding what`s news*, Vintage Books, Nueva York, 1980, pág. 80.

La suspensión de la corrección política adquirió en *Barcelona* la forma de su opuesto exacto: el cinismo descarnado de los protagonistas de la noticia:

Macri, en campaña: "Con la democracia se come, se la levanta con pala, se hacen grandes negociados a costa del Estado y se evaden impuestos"

Decidido a tomar mayor protagonismo en los meses previos a las elecciones, Mauricio Macri acusó de "autoritario" al Gobierno y subrayó "la importancia de las costumbres democráticas". "Si se la sabe usar, la democracia es una herramienta muy redituable", afirmó el titular de Compromiso para el Cambio, quien se definió como "un hombre agradecido por las prebendas que otorgan los regímenes constitucionales". En su defensa de las "oportunidades, las ofertas y los saldos" que ofrece el actual sistema político, Macri se permitió parafrasear al ex presidente Raúl Alfonsín: "Con la democracia no sólo se come, se cura y se educa", señaló, "sino que también se hacen fortunas, se generan potentes lobbies y se evade a lo pavote".

"Si se la sabe usar, la democracia es una herramienta muy redituable", habría dicho un hombre cuya naturaleza fue, siempre, hacer negocios (número 61 – 8/7/05, pág. 4).

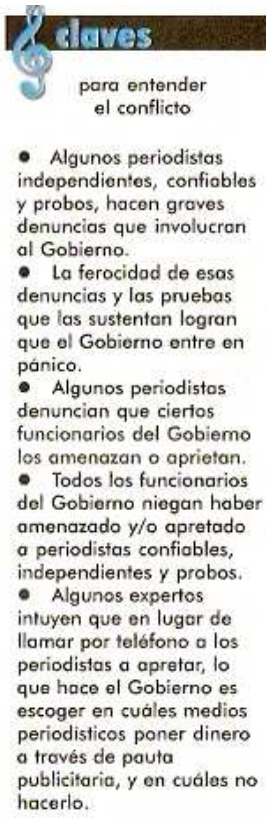
Por otra parte, los responsables de la publicación saben que la objetividad es una de las grandes ilusiones creadas por la prensa. La construcción de un relato mediante la cita de fuentes reconocidas no garantiza ecuanimidad en el protagonismo de la noticia, ya que no todos los sectores sociales gozan del mismo poder para conseguir la atención de los medios cuando la requieren.

La relación entre el periodismo y sus fuentes es un "espacio de lealtades complejas y de 'contratos' tácitos, del medio o individuales de cada periodista; oculto tras las bambalinas del trabajo periodístico, hace a la posibilidad de la exclusividad de la información en un momento determinado. La relación fuente/periodismo está construida sobre la presunta confianza"[111]. Ese vínculo también está atravesado por fuertes intereses de dinero y poder. *Barcelona* tiene en cuenta esa conflictividad y pone en suspenso el "principio de inocencia", a un lado y otro del "mostrador" periodístico.

En su nota "Exclusivo: Así aprieta Alberto Fernández desde su celular a los periodistas más influyentes del país" (número 114 – 3/8/07, págs. 2 y 3), la revista publicó una nota que ironizaba sobre esos vínculos. El texto estaba supuestamente originado en "un documento que arribó a la redacción de *Barcelona* en forma exclusiva, luego de haber sido sistemáticamente rechazado o tratado de 'pescado podrido' por las cúpulas de los principales medios periodísticos del país[112], debido a la gentileza de un lector que trabaja en la Side" (número 114 – 3/8/07, pág. 2).

[111] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 46.
[112] La explicación, al mismo tiempo, ponía en duda la rigurosidad de una nota de *Clarín* que el 8 de julio de 2007 denunció "extraños manejos" en la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación, como "contratos de trabajo por montos desmedidos para parientes y amigos" y "frecuentes viajes en jets privados".

La nota puede leerse como una crítica a la poco saludable cercanía entre determinados periodistas y sus fuentes oficiales. En una falsa transcripción de inútiles intentos del ex jefe de Gabinete por contactarse con los periodistas, atiende un contestador: “Hola, soy Jorge Lanata, en este momento estoy rosqueando con la Side y no te puedo atender, dejá tu mensaje”. Alberto Fernández deja dicho: “Hola Gordo, acá Beto (…) Era por una apretada, pero te trato de ubicar más tarde” (número 114 – 3/8/07, pág. 2). Luego le pide a una empleada de Luis Majul: “dígale que se deje de joder con la gorda Carrió, que tenemos un montón de pauta [publicitaria] para poner” (número 114 – 3/8/07, pág. 3).

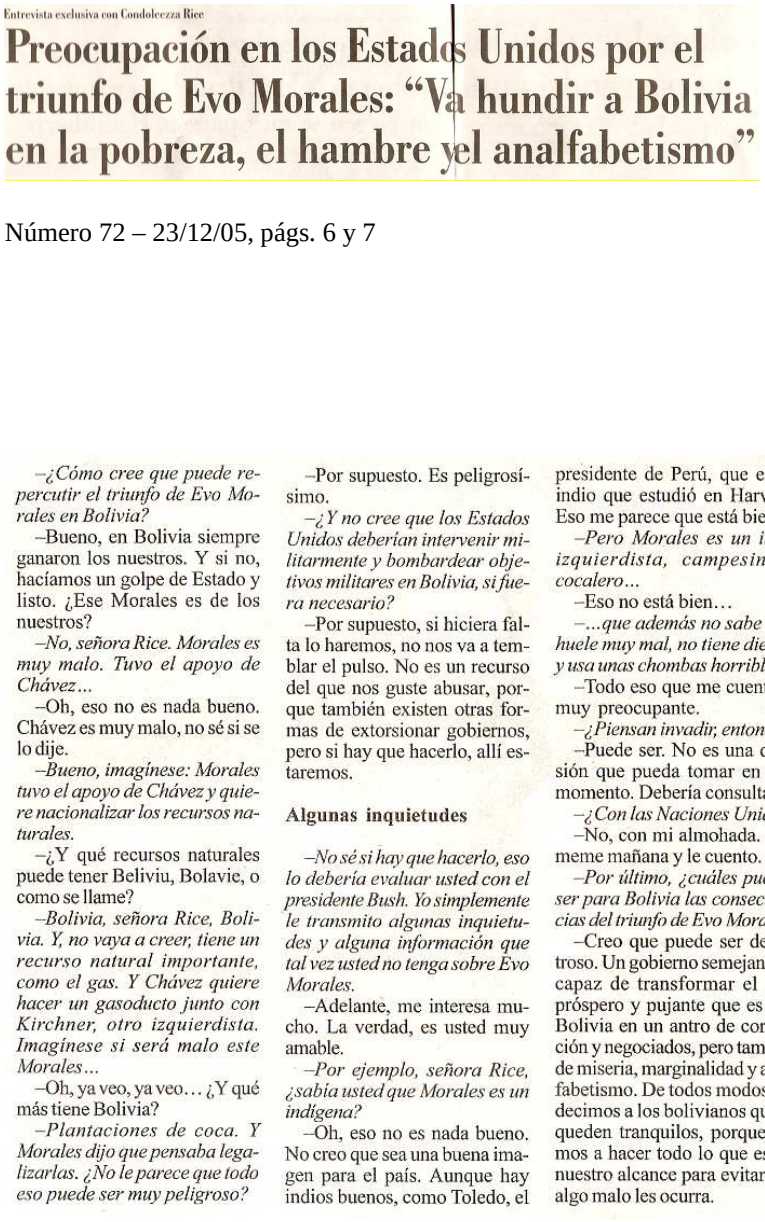

claves

para entender el conflicto

- Algunos periodistas independientes, confiables y probos, hacen graves denuncias que involucran al Gobierno.
- La ferocidad de esas denuncias y las pruebas que las sustentan logran que el Gobierno entre en pánico.
- Algunos periodistas denuncian que ciertos funcionarios del Gobierno los amenazan o aprietan.
- Todos los funcionarios del Gobierno niegan haber amenazado y/o apretado a periodistas confiables, independientes y probos.
- Algunos expertos intuyen que en lugar de llamar por teléfono a los periodistas a apretar, lo que hace el Gobierno es escoger en cuáles medios periodísticos poner dinero a través de pauta publicitaria, y en cuáles no hacerlo.

Con engañosa simpleza, *Barcelona* explicitaba el telón del fondo sobre el cual se difunden -o no- las noticias (número 114 – 3/8/07, pág. 2).

Barcelona hace recurrentes ironías sobre la idea de las “fuentes amigas” -casi siempre gubernamentales o poderosas- y los peligros que acarrea para un periodismo que se declama objetivo y, por sobre todo, independiente. Esa peligrosa relación puede observarse en una entrevista apócrifa de Andrés Oppenheimer a la ex secretaria de Estado Condoleeza Rice, en la cual *Barcelona* ridiculiza -y critica- la alineación de algunos medios y periodistas con la ideología de derecha de cadenas como *Fox News* en Estados Unidos. Además, el título de la nota describe la mezcla de cinismo y desconocimiento con que, muchas veces, los gobiernos del Primer Mundo enfrentan la política latinoamericana:



Entrevista exclusiva con Condoleezza Rice

Preocupación en los Estados Unidos por el triunfo de Evo Morales: "Va hundir a Bolivia en la pobreza, el hambre y el analfabetismo"

–*¿Cómo cree que puede repercutir el triunfo de Evo Morales en Bolivia?*

–Bueno, en Bolivia siempre ganaron los nuestros. Y si no, hacíamos un golpe de Estado y listo. ¿Ese Morales es de los nuestros?

–*No, señora Rice. Morales es muy malo. Tuvo el apoyo de Chávez…*

–Oh, eso no es nada bueno. Chávez es muy malo, no sé si se lo dije.

–*Bueno, imagínese: Morales tuvo el apoyo de Chávez y quiere nacionalizar los recursos naturales.*

–¿Y qué recursos naturales puede tener Beliviu, Bolavie, o como se llame?

–*Bolivia, señora Rice, Bolivia. Y, no vaya a creer, tiene un recurso natural importante, como el gas. Y Chávez quiere hacer un gasoducto junto con Kirchner, otro izquierdista. Imagínese si será malo este Morales…*

–Oh, ya veo, ya veo… ¿Y qué más tiene Bolivia?

–*Plantaciones de coca. Y Morales dijo que pensaba legalizarlas. ¿No le parece que todo eso puede ser muy peligroso?*

–Por supuesto. Es peligrosísimo.

–*¿Y no cree que los Estados Unidos deberían intervenir militarmente y bombardear objetivos militares en Bolivia, si fuera necesario?*

–Por supuesto, si hiciera falta lo haremos, no nos va a temblar el pulso. No es un recurso del que nos guste abusar, porque también existen otras formas de extorsionar gobiernos, pero si hay que hacerlo, allí estaremos.

Algunas inquietudes

–*No sé si hay que hacerlo, eso lo debería evaluar usted con el presidente Bush. Yo simplemente le transmito algunas inquietudes y alguna información que tal vez usted no tenga sobre Evo Morales.*

–Adelante, me interesa mucho. La verdad, es usted muy amable.

–*Por ejemplo, señora Rice, ¿sabía usted que Morales es un indígena?*

–Oh, eso no es nada bueno. No creo que sea una buena imagen para el país. Aunque hay indios buenos, como Toledo, el presidente de Perú, que es un indio que estudió en Harvard. Eso me parece que está bien.

–*Pero Morales es un indio izquierdista, campesino y cocalero…*

–Eso no está bien…

–*…que además no sabe leer, huele muy mal, no tiene dientes y usa unas chombas horribles…*

–Todo eso que me cuenta es muy preocupante.

–*¿Piensan invadir, entonces?*

–Puede ser. No es una decisión que pueda tomar en este momento. Debería consultarlo.

–*¿Con las Naciones Unidas?*

–No, con mi almohada. Llámeme mañana y le cuento.

–*Por último, ¿cuáles pueden ser para Bolivia las consecuencias del triunfo de Evo Morales?*

–Creo que puede ser desastroso. Un gobierno semejante es capaz de transformar el país próspero y pujante que es hoy Bolivia en un antro de corrupción y negociados, pero también de miseria, marginalidad y analfabetismo. De todos modos, les decimos a los bolivianos que se queden tranquilos, porque vamos a hacer todo lo que esté a nuestro alcance para evitar que algo malo les ocurra.

Número 72 – 23/12/05, págs. 6 y 7

La entrevistada desconoce la existencia del país sudamericano, y el periodista guía sus respuestas con preguntas como: "¿no cree que los Estados Unidos deberían intervenir militarmente y bombardear objetivos militares en Bolivia…?" Después de otros comentarios tendenciosos del falso Oppenheimer, la respuesta de la secretaria de Estado es que "un gobierno semejante puede ser capaz de transformar el país próspero que es hoy Bolivia en un antro de corrupción y negociados, pero también de miseria, marginalidad y analfabetismo" (número 72 – 23/12/05, pág. 7).

Los periodistas suelen proteger a las fuentes poderosas con el *off the record*. En Argentina es entendido como la inclusión de un testimonio que puede resultar comprometedor para su autor, y por eso solicita que su nombre y apellido no sean publicados. Pero como señala Lorenzo Gomis, muchas fuentes gubernamentales "aparecen tan veladas que difícilmente puede saberse algo de su identidad", perpetuando de esta manera "la invisibilidad de los realmente poderosos". Por eso

concluye que “los medios tienen menos control de la agenda que presentan de lo que quieren pensar”[113].

La sobre-utilización del *off* puede corroer la credibilidad, ya que atenta contra el principio que indica que explicitar las fuentes legitima la agenda del diario, dándole así confiabilidad a la información. *Barcelona*, que no parece creer en la “prensa gráfica seria”, ridiculiza la apelación indiscriminada al *off* y el equilibrio que intentan los medios para informar y no develar sus fuentes:

“Fuentes habitualmente bien informadas aseguran de que…un importantísimo líder sindical aliado con el oficialismo [por Hugo Moyano] haría transportar próximamente, desde Bolivia hasta el Gran Buenos Aires, una no precisada cantidad de clorhidrato de cocaína a pedido del presidente de un importantísimo club de fútbol del conurbano que ostenta muchas copas internacionales [Julio Comparada, de Independiente], quien se encargaría de distribuir el alucinógeno mediante los aceitados contactos en el mundo del hampa que le proveería, en la Capital, un más que altísimo funcionario que ocupó el puesto [Jorge Telerman] luego de que su jefe [Aníbal Ibarra] dimitiera tras un gravísimo y mortal siniestro [el incendio de Cromañón] ocurrido en la ciudad” (número 100 – 19/1/07, pág. 2).

Esos métodos están muy emparentados con el abuso del rumor en los medios. En su afán por develar primicias, algunos diarios no dudan en poner en tapa noticias cuyo sustento suele ser dudoso. *Barcelona* parodió ese procedimiento:

Barcelona
$2,90
CONFIRMAN QUE ESTARÍA POR OCURRIR ALGO
TREMENDO
El tsunami, el Corralito y la tragedia de Cromañón serían “un poroto”. Se avecinaría algo que podría ser natural o provocado. Sin embargo, los expertos preferirían no dar demasiadas pistas para “no alarmar a la población civil”. Una vez más, diciembre mostraría su perfil más trágico. Aunque todavía no estaría claro de qué manera.

Número 97 – 8/12/06

[113] Gomis, Lorenzo; “Los interesados producen y suministran los hechos”; en *Teoría del periodismo*; Paidós; Barcelona; 1991; pág. 62.

Criterios de noticiabilidad: ¿noticias para qué?

Los criterios de noticiabilidad son "*condiciones* y *valores* que se atribuyen a los acontecimientos" para identificar su densidad significativa. Como indica Martini, "tienen su anclaje en la cultura de la sociedad y se relacionan con los sistemas clasificatorios y las agendas temáticas habituales del medio, se encuadran en la política editorial sustentada, y remiten a una concepción determinada de la práctica profesional"[114].

Barcelona cuestiona los criterios habituales y toma nota de los valores que los medios asignan a las noticias, para fijar su postura ante el *qué* y el *cómo* de la información. Si los valores más ponderados son la novedad, la originalidad, la proximidad geográfica o la cantidad de personas involucradas en un hecho, la revista ironiza sobre estas reglas del periodismo, que lleva a dedicar más centimetraje a temas cercanos y poco trascendentes que a noticias trágicas pero lejanas[115].

Para elaborar estos criterios, "los medios evalúan el valor de la noticia como *información práctica*, como *impacto emocional* y como *formadora de la opinión pública*"[116]. Esta última faceta está presente en la misma línea editorial de la revista: sus noticias falsas incitan a pensar en las "verdaderas" desde un ángulo no previsto y a veces revelador. Se cuestiona, ante todo, el carácter de *información práctica* en la agenda mediática: ¿qué información se debe dar? ¿A quién beneficia? ¿Qué tipo de decisiones incita a tomar en la vida cotidiana?

[114] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; págs. 84 y 85.
[115] Estas reglas del periodismo no son exclusivas de nuestro país. Furio Colombo comenta la amplia cobertura que tuvo la tragedia humanitaria en Somalía respecto de la de Ruanda, de igual o mayor gravedad. El italiano se pregunta: "¿Tal vez los diarios y las televisiones habían cubierto con lo de Somalia el cupo de negros, niños y adultos, a punto de morir y no se había producido un intervalo decente entre tragedia y tragedia antes de Ruanda?" Colombo asegura que el aumento del desinterés popular por el mundo lejano muestra que "no todas las noticias que tendrían que nacer nacen" y que no todas "están en relación directa con la necesidad y el deber de informar" (Colombo, Furio; "Cómo nace una noticia y cómo muere una noticia"; en *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*; Anagrama; Barcelona; 1997; pág. 70).
[116] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 86.

Barcelona ironiza sobre el modo en que la información política es difundida por sus protagonistas y recibida por los ciudadanos, sugiriendo cierta hipocresía en el proceso comunicacional:

"La gente nos para por la calle y nos pide un debate profundo de ideas", coinciden Kirchner, Macri, López Murphy, Carrió, Menem, Castells y Alarcón

Los principales candidatos a Presidente en el 2007 dan a conocer sus programas electorales pues creen que "esa es la mejor forma de seducir a los votantes

Para referirse a la apatía de los votantes hacia la elección presidencial de 2007, la publicación puso en boca de los candidatos un falso entusiasmo: "La gente nos para por la calle y nos pide un debate profundo de ideas". Aquí se parodia la conducta de los medios que fomentaban ese pedido al mismo tiempo que difundían los ataques entre aspirantes, evitando discusiones sobre las plataformas de campaña (número 85 – 23/6/06, págs. 2 y 3).

En cuanto al carácter *emocional* de la información, la revista funcionaría como el agente de un impacto que pretende despertarnos de un letargo informativo aséptico y previsible. Para eso utiliza el sarcasmo y el sensacionalismo[117]:

[117] Este último se define como la "tendencia cada vez más afianzada en los medios de informar a través de modalidades dramáticas de la enunciación que intentan causar impacto en el público desde la escenificación, la impresión y las sensaciones" (Martini, Stella; "El sensacionalismo y las agendas sociales"; en *Diá-logos de la comunicación*, Nº 58, junio 1999; pág. 165).

Las naciones ricas fustigaron a quienes no son como ellos

Dura crítica de los países del G-8 contra los 1.500 millones de personas que viven con un dólar diario: "Si no se deciden a consumir, perderán el tren de la historia"

Con un comunicado de inusual dureza, las ocho naciones más ricas del mundo cuestionaron severamente a "los 1.500 millones de personas que nunca dedican al consumo más de un dólar por día". Según el vocero de la organización, Jean Maverick, que subió el comunicado a YouTube, "si esta gente no toma el camino del consumo, quedará relegada del sistema. Tienen que entender que el mismo es el gran dinamizador de la economía y es el generador de riquezas por antonomasia". Los popes del G-8 estudian lanzar una campaña en África, en Latinoamérica y en Asia para "incitar a la compra irrefrenable de bienes y servicios".

Al parecer, existiría mucho malestar entre los grandes líderes planetarios por la actitud de buena parte de la población mundial. "Es incomprensible", habría bramado George Bush, presidente de los Estados Unidos. "Estas personas no se dan cuenta de que la austeridad y la inanición nunca han sido herramientas válidas para el crecimiento de un país." Bush puso como ejemplo a su nación: "No consumimos porque somos ricos, sino que somos ricos porque consumimos".

Con el fin de difundir los beneficios del consumo "en todas sus formas", los países líderes preparan vastas campañas de prensa en los territorios menos proclives a esa práctica, como toda el África, buena parte de Asia y toda Latinoamérica, con excepción del Barrio Parque y Belgrano R. "Comprobamos que aún quedan enormes bolsones de personas refractarias al consumo, y a ellas queremos llegar", declara Vin Reser, contratado por el G-8 para "darle manija al tema". Reser mandó preparar una campaña en la que se verá a una persona que no consume, en este caso alimentos básicos, cuyo aspecto esquelético y cadavérico contrasta con el aspecto rozagante de una persona que consume alimentos variados y en abundancia.

Uno. Un dólar por día utiliza este niñito africano y desnutrido.

La ironía de los títulos se confunde en este ejemplo con la imagen de una cruel realidad, expuesta de frente y sin mediaciones (número 115 – 17/8/07, pág. 9).

El sensacionalismo en *Barcelona* también puede leerse como un cuestionamiento a las prioridades informativas de los medios argentinos. En una crítica que bien podría ser la que la revista plantea al periodismo, Martini señala que "trabajar exclusivamente desde la perspectiva de la originalidad y la conmoción lleva a descuidar los procesos de cognición de los públicos y su necesidad de articular con sentido los datos sobre la realidad social".

La agenda, un espejo deformante

La teoría de *agenda-setting* plantea que el público "estructura la realidad a partir de las noticias que recibe de los medios, o al menos utiliza los mismos parámetros de importancia que utiliza el periodismo"[118]. Pero para los periodistas de *Barcelona*, el mayor o menor centimetraje que la prensa otorga a cada tema es engañoso. Así, en la pequeña parte superior de sus páginas incluyen preguntas incómodas, como "¿Vio que los medios recordaron de nuevo que había desnutridos en Tucumán?" (número 55 - 24/12/04, pág. 21) o "¿En Afganistán ya está todo bien?" (número 109 – 25/5/07, pág. 7)[119].

[118] Martini, Stella y Gobbi, Jorge; *La agenda de los medios y el reconocimiento del público: una propuesta de discusión*; Documento de la cátedra Teorías sobre el Periodismo; Facultad de Ciencias Sociales; Universidad de Buenos Aires; Buenos Aires; 1997; pág. 2.

[119] Colombo también atribuye responsabilidades al público: "la mala información (la de las historias que comienzan pero no acaban, de las historias perdidas u olvidadas que se limitan a abandonar la página) no

Los valores-noticia resumen criterios cuya aplicación afecta el nivel de las *agendas temáticas* y *atributivas* de los medios. Mientras que las primeras "incluyen los problemas o temas que un medio considera relevantes y que se renuevan en una relación más o menos directa según lo hacen las agendas de la sociedad", las segundas se componen de "las cualidades o atributos con que habitualmente un medio caracteriza los temas, personajes o tipos de acontecimientos. Constituyen el *cómo* de la información"[120].

La agenda temática de *Barcelona* es muy similar a la de los grandes diarios, aunque su abordaje editorial es absolutamente contrapuesto. La revista se distingue de las demás publicaciones -entre otras características- por su agenda atributiva. En esa re-lectura, hace más foco en los "cómo" que en los "qué" de la información y siempre encuentra nuevos métodos para que sus "noticias" impacten. Ante un hecho que actúa como disparador produce un texto irónico y mordaz, pero la pregunta que subyace (y cuya respuesta no se hace esperar demasiado a lo largo de cada texto) es *cómo concierne realmente a la población el hecho del que se informa.*

Después de la noticia sobre la nevada del 9 de julio de 2007 *Clarín* aseguraba que "postales de Ituzaingó o Palermo nevados, pequeños muñecos de nieve y gente jugando con los copos quedaron en la retina de todos"[121]. Como "gran parte de los vecinos de Capital y el Conurbano" habían tomado fotos, decidió organizar un concurso cuyo premio era un viaje a Bariloche. A esta reacción optimista y algo *naif*, *Barcelona* respondió con un "concurso" que priorizaba una agenda muy distinta:

---

es más que la consecuencia de un comportamiento intelectual y político en el cual ninguno de nosotros tiene ya la fuerza de voluntad de exigir el final de una historia" (Colombo; op. cit.; pág. 74).

[120] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 87.

[121] "Ya tiene su concurso fotográfico la nieve de Buenos Aires"; *Clarín*; 15/7/07.

Los participantes serían premiados con "palas barredoras de nieve y palas barredoras de indigentes" (número 113 – 20/7/07, pág. 8). Más tarde, la revista reforzó su sarcasmo al recordar "la tilinguería proescandinava que se generó alrededor de dicho fenómeno climático" y "sus entrañables imágenes de muñecos de nieve, calles blancas y cirujas fallecidos" (número 124 – 21/12/07, pág. 16).

El matutino instala temáticas y discusiones no sólo a partir del diario, sino también gracias a producciones especiales, como suplementos o sitios web. Ese fue el caso de "Argentina pueblo a pueblo", un atlas de 20 tomos y un blog que relevó costumbres, usos y tradiciones de las localidades del interior del país. Se trató de una obra con espíritu componedor y acrítico, una suerte de rescate de los lugares olvidados de la "Argentina profunda". *Barcelona* ironizó sobre la iniciativa, utilizando su mismo formato pero con temas de una agenda mucho más incómoda:

Barcelona puso en escena dos casos graves pero de poca difusión masiva en los medios nacionales. El uso de un formato "inocente" realza la crítica a la liviandad con que se *olvidan* temas que deberían ser sensibles para la opinión pública (número 89 – 18/8/06, págs. 4 y 7).

La revista retomó temas de la agenda de los grandes diarios desde su mirada corrosiva. En septiembre de 2007 ideó este "asambleísta mutante" que marchó hasta la pastera Botnia para "felicitar a sus responsables por las primeras pérdidas de gases tóxicos" (número 118 – 28/9/07, pág. 10).

Un mundo desequilibrado

La revista critica las disparidades de agenda en los temas internacionales, intentando poner en evidencia tanto la dimensión de las tragedias como el olvido de sus víctimas, en un mundo cuya sensibilidad al sufrimiento ajeno es muy relativa. Uno de sus textos se tituló: "Calculan que el Coreano Loco de Virginia hubiera tenido que matar a toda la población iraquí para lograr una repercusión similar a la que obtuvo por los 33 asesinatos en la universidad". Entre las "claves para entender el conflicto" se indicaba que "la vida de un estadounidense equivale a 10 millones de africanos y 5 millones de asiáticos" (número 107 – 27/4/07, pág. 9), mientras una tabla informaba sobre este particular "ranking mundial de muertes violentas":

Ranking mundial de muertes violentas

Las más conmocionantes

Hecho	Muertes	Nivel de Conmoción
Coreano Loco de Virginia Tech	33	10
Caída de las Torres Gemelas	2.800	10
Masacre de la escuela Columbine	13	10
Atentado a un edificio estatal de Oklahoma	166	10
Atentado en el subte de Londres	56	9

Las menos valoradas

Hecho	Muertes	Nivel de Conmoción
Matanza del Congo	3.300.000	0
Genocidio de Ruanda	1.000.000	0
Invasión de Irak	650.000	1
Hambruna de Darfur	400.000	0

Las históricas

Hecho	Muertes	Nivel de conmoción
Asesinato de J.F. Kennedy	1	10
Explosión del Challenger	7	10
Atentado contra R. Reagan	½	10
Accidente de Lady Di	2	10
Genocidio camboyano	2.000.000	0

Fuente: Comité de las Naciones Unidas para la Medición de Asesinatos

"El término 'masacre' es aplicado en los Estados Unidos a partir del asesinato de cinco personas, pero en Afganistán o Irak una 'masacre' requiere de por lo menos 100.000 muertes" (número 107 – 27/4/07, pág. 8).

A partir de los datos de la realidad, la revista también recordó las magnitudes de las masacres en la historia reciente de la humanidad:

"El Comité de Naciones Unidas para la Medición de Asesinatos acaba de rechazar la calificación como 'genocidio' de la situación en el norte de Uganda, donde mueren mil personas por semana. La medida está relacionada con la reciente resolución del Tribunal Mundial, que [en febrero de 2007] exoneró a Serbia de genocidio en la guerra de Bosnia a pesar de que los paramilitares de ese país asesinaron a 8 mil musulmanes" (número 107 – 27/4/07, pág. 9).

Con este tipo de notas y comentarios, los editores muestran cómo la construcción de la agenda social y mediática puede ser también una cuestión ética.

Las notas "internacionales" de *Barcelona* dan cuenta del desfasaje económico dentro y fuera de los distintos países. La premisa de los editores parece ser desarmar un contexto de corrección discursiva global. Como ejemplo de esta operación podemos señalar el titular: "Chirac: 'con la quema de autos no se resuelve la integración de estos vagos malolientes'"[122] (número 69 – 11/11/05).

Hubo otros ejemplos en este sentido:

En octubre de 2005 el gobierno español ordenó la expulsión de cientos de inmigrantes africanos de las ciudades españolas de Ceuta y Melilla. Por presiones de organizaciones humanitarias decidió suspender la medida (número 67 – 14/10/05)

El 25 de julio de 2007 Condoleezza Rice, secretaria de Estado de EEUU, se reunió con Ehud Olmert, premier israelí, y pidió un alto el fuego "con garantías para Israel". Esta tapa "circuló fuera de contexto por toda Europa e Israel, y nos empezaron a llegar mensajes que nos deseaban lo peor para nosotros y para nuestros hijos"[123], describe Beck (número 88 – 4/8/06).

[122] La nota hacía referencia a las violentas protestas sociales producidas en los suburbios de París en demanda de mejores condiciones para todos los habitantes de Francia.
[123] "Lo nuestro es periodismo lisérgico"; op. cit.

Mediante falsas declaraciones de líderes mundiales, la revista hace foco en el que considera su verdadero accionar político. Este mecanismo busca dejar al descubierto las prioridades reales en la agenda de los poderosos. Así, se *citaba* la siguiente declaración de los líderes del Grupo de los Ocho: "por el momento, el temita de la pobreza en África y todo el asunto del calentamiento global van a tener que esperar, porque Occidente está *a full* con la guerra contra el terrorismo y no es momento de ocuparse de insignificancias" (número 62 – 5/8/05, pág. 6).

La escala de prioridades del G-8 volvió a ser criticada en esta nota:

Las naciones más ricas se quejan del escaso negocio que representa la Web en las más pobres

Líderes del G-8 cuestionan a los países africanos por su "tasa ridículamente baja de acceso a Internet"

Los líderes de los ocho países más ricos del mundo cuestionaron severamente a las naciones africanas por su "completo desinterés por las nuevas tecnologías de la información", y calificaron la actitud de "obtusa", "incomprensible" y "propia de primates". Mediante un durísimo comunicado, los miembros del G-8 lamentan que "los africanos le hayan dicho no a la Internet" y que "hayan optado por la danza tribal, el sida y la matanza étnica en desmedro del blog, el chat y el fotolog". La Federación de Dictadores Africanos consideró que la postura del G-8 es "discriminatoria" y "autoritaria".

Las últimas estadísticas globales indicarían que, mientras la cantidad de usuarios de la Web crece en todo el mundo con enorme velocidad, en el África estaría descendiendo dramáticamente. "Si esto sigue así", sostiene Johnny Carmona, observador de la ONU, "dentro de cinco años, la Internet habrá desaparecido del continente negro". Ante este panorama, los países del G-8 reaccionaron rápido y, con el fin de presionar a los africanos para que modifiquen el rumbo, suspendieron "provisionalmente" todos los envíos humanitarios de alimentos rancios y de remedios para el Sida vencidos. "Si quieren sus raciones de arroz, que pongan fibra óptica", amenaza Frederick Nightingale, uno de los voceros del G-8. "Los africanos deben demostrar que están dispuestos a integrarse en este mundo global, en el que la información y el chateo son elementos imprescindibles", agrega.

Según las estadísticas del continente, sólo un habitante sobre 100 mil tiene conexión con Internet, mientras que el 99,8% de las personas cuenta con una fogata para generar señales de humo y el 97,6% dispone de tambores para enviar información a distancia. "Tales guarismos ponen en relieve el nulo compromiso con el futuro que tienen estos monos", afirma Michael Cunningham, uno de los especialistas del G-8. "Es una lástima, porque los estudios demuestran que, en el competitivo mundo actual, aquellos que no tengan blog estarán condenados al atraso perpetuo", agrega, bastante compungido.

Red. Los africanos prefieren la de soga antes que la Internet.

El texto ridiculiza la idea de que los países del Tercer Mundo pueden desarrollarse si se integran a la "sociedad de la información", y deja entrever una crítica al negocio detrás de esa concepción aparentemente humanitaria. Maliciosos e hipócritas voceros del G-8 habrían dicho: "Si quieren sus raciones de arroz, que pongan fibra óptica" (número 109 – 25/5/07, pág. 6).

Como vemos, *Barcelona* tiene la explícita intención de incluir en su agenda temas relacionados al siempre postergado continente africano, quizá el caso más emblemático de lo que los medios *no dicen*, *no publican porque no vende* o directamente porque *no le interesa a nadie*, como indican algunas de las fórmulas más comunes a la hora de explicar este "olvido".

En esa nota pudo apreciarse la mezcla de periodismo, ficción, futurología humorística (aunque con visos de realismo) e incorrección política que dotaron a la revista de un estilo único a la hora de analizar la realidad desde un punto de vista sarcástico y pesimista:

Negro. Es el futuro del alimento enviado al continente más caluroso y pobre.

La ONU no descarta "supermordidas" y "supertongos"

Envían la "supersopa" al continente africano, pero cae derrotada por la "supermalaria" y la "superhambruna"

El continente africano tenía puestas sus escasas esperanzas en la nutritiva "supersopa" creada por científicos argentinos, pero apenas el vigoroso alimento llegó al infértil suelo del continente negro los poderosos enemigos que dominan esa región la derrotaron sin esfuerzo. Algunos funcionarios de la ONU reconocieron que el error fue preparar la sopa "en un caldo de cultivo de enfermedades, catástrofes naturales, guerras civiles y hambrunas".

Los miembros de Naciones Unidas también reconocieron que, además de las dificultades propias de África, no se podía descartar que durante el envío de la "supersopa" desde los países centrales se hubieran registrado "supertragadas", "supermordidas", "supertongos" y "supercometas", que aligeraron el poder nutritivo del alimento y en lugar de llenar los estómagos africanos lograron llenar las cajas fuertes de importantes funcionarios internacionales.

Número 111 – 22/6/07, pág. 7

La publicación toma nota de la relación de fuerzas en el ámbito internacional:

Exiliados de la isla en Miami hacen propuestas por si se muere Fidel

Los Estados Unidos preparan 100 mil marines, dos portaaviones y tres bombas nucleares para "apoyar la apertura democrática" en Cuba

Mientras los exiliados cubanos en Miami exigen que los gusanos se hagan cargo de Fidel Castro, el gobierno de los Estados Unidos ha manifestado que por respeto a los gustos del pueblo cubano le está preparando "un flor de merengue". La noticia no cayó bien en el entorno de Raúl Castro, quien aclaró que asumía en reemplazo de su hermano sólo en "carácter transitorio", no porque confíe en la recuperación del comandante sino porque cree que "en cuanto se muera Fidel", a él lo sacan "de un plumazo". El presidente de los Estados Unidos, George W. Bush, aclaró que el movimiento de buques y portaaviones hacia Cuba no significa que esté preparando una invasión a la isla sino que "Guantánamo está quedando muy chica para tanto terrorista suelto" y admitió que es probable que tengan que hacer "una ampliación de unos cuantos cientos de kilómetros del predio de esa cárcel".

Los cubanos han tomado con calma las noticias sobre **la salud de Fidel Castro** y confían en que si fracasa la moderna medicina cubana, la figura del líder quedará bien resguardada a manos de los **embalsamadores** de primera línea de la isla. "Han hecho cosas maravillosas, estamos seguros de que lograrán inclusive darle cierto movimiento al cadáver para que durante algunos años más nos gobierne el cuerpo de Fidel. Aunque si eso sucede habrá que darles la razón a **los gusanos** sobre el tema de su manejo con mano dura", sostiene un funcionario de La Habana

La voz oficial

El oficialismo cubano aclaró que la palabra "transición" no forma parte del vocabulario de la **isla**, pero admitió que en el léxico actual de los cubanos empiezan a aparecer nuevas palabras como "desbande", "derrumbe", "intrigas", **"fuga de capitales"** y **"transa con los yanquis"**. Conscientes de esta realidad, en el gobierno de George Bush esperan ansiosos el momento de caer sobre Cuba con "la madre de todas las bombas" para respaldar a quienes quieren la reconstrucción política del **último bastión comunista** de América.

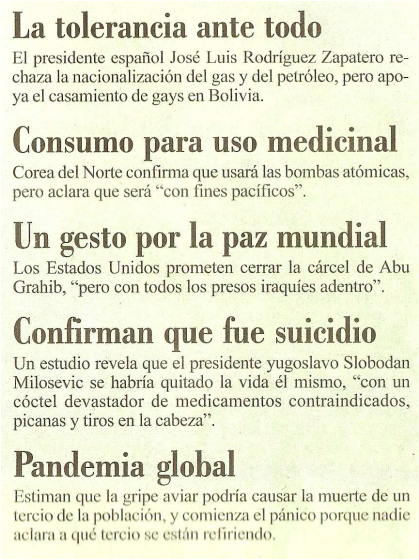
"Cuba no puede seguir pendiente de un hombre incapaz de comprender la realidad, que toma decisiones dramáticas sin importarle lo que pueda pasar a su pueblo", aseguró la secretaria de Estado, **Condoleezza** Rice, quien debió aclarar que no estaba hablando del presidente Bush.

Entre los planes de apoyo a la democracia cubana que maneja el Pentágono figuran la **invasión terrestre de candidatos** que llegan desde Miami escoltados por miles de marines; la invasión aérea de **folletos explicativos** sobre le sistema democrático adosados a los **misiles** lanzados desde los aviones y la llegada masiva de decenas de miles de marines armados **hasta los dientes** para explicarles a los cubanos la opresión del sistema comunista.

Democracia. Los Estados Unidos convencerán a los cubanos de que es lo mejor para su país.

Ante el delicado estado de salud de Fidel Castro, *Barcelona* asegura que la administración de George Bush enviaría "decenas de miles de marines armados hasta los dientes para explicarles a los cubanos la opresión del sistema comunista" (número 89 – 18/8/06, pág. 8).

En los siguientes títulos también puede apreciarse una crítica a la escala de prioridades en el orden internacional:



La tolerancia ante todo

El presidente español José Luis Rodríguez Zapatero rechaza la nacionalización del gas y del petróleo, pero apoya el casamiento de gays en Bolivia.

Consumo para uso medicinal

Corea del Norte confirma que usará las bombas atómicas, pero aclara que será "con fines pacíficos".

Un gesto por la paz mundial

Los Estados Unidos prometen cerrar la cárcel de Abu Grahib, "pero con todos los presos iraquíes adentro".

Confirman que fue suicidio

Un estudio revela que el presidente yugoslavo Slobodan Milosevic se habría quitado la vida él mismo, "con un cóctel devastador de medicamentos contraindicados, picanas y tiros en la cabeza".

Pandemia global

Estiman que la gripe aviar podría causar la muerte de un tercio de la población, y comienza el pánico porque nadie aclara a qué tercio se están refiriendo.

Un políticamente correcto presidente español apoya los casamientos gay en Bolivia, pero rechaza las nacionalizaciones; Estados Unidos promete cerrar una cárcel… con los iraquíes adentro; cunde el pánico porque no se aclara "qué tercio" de la población mundial podría morir por la gripe aviar (número 98 – 22/12/06, pág. 9). Las "noticias" son en realidad ácidos comentarios sobre las asimetrías entre los países.

Las disparidades de agenda obedecen, entre otros factores, a las distintas cuotas de poder de la que disfrutan los protagonistas de los hechos a la hora de establecer sus fuentes como legítimas. En una noticia sobre el desarrollo de armamento nuclear, no será igual el tratamiento que reciban Estados Unidos o Europa que los países de Medio Oriente. Por eso *Barcelona* intentó explicar, mediante su cinismo realista, "En qué se diferencian las bombas atómicas democráticas de los Estados Unidos y las bombas atómicas fundamentalistas de Irán" (número 119 – 12/10/07, págs. 6 y 7):

"La Organización Átomos para la Democracia y la Libertad, con sede en Texas y financiada por la Fundación Ronald Reagan, ha elaborado un trabajo independiente y equilibrado en el que alerta sobre los riesgos de que 'los países con gobernantes fanáticos' accedan a la bomba atómica. Los Estados Unidos no son preocupantes, asegura el trabajo, porque se trata de 'un país gobernado por un fanático, pero de la democracia y la emancipación de los pueblos, mediante bombazos libertadores'" (número 119 – 12/10/07, pág. 6).

La publicación presta especial atención a la terminología utilizada tanto por los gobiernos como por los medios en el ámbito internacional, en lo que interpreta como un procedimiento para nada inocente:

Tras los operativos militares denominados "Misión de paz" entre Rusia y China, Bush decide que la guerra en Irak se llame "Prédica de amor"

"Vamos a llamar las cosas por su nombre." Con esta consigna, el presidente norteamericano, George W. Bush, decidió cambiar la denominación de los operativos bélicos en Irak, que pasarán a llamarse Prédica de Amor. "A George (por Bush) le dolió profundamente que China y Rusia realizaran acciones militares conjuntas, en las que intervinieron miles de combatientes con armamento altamente sofisticado, y que fueran tan caraduras de ponerles Misión de Paz", asegura un asesor muy cercano a Bush. Por su parte, fuentes del Kremlin sintieron la necesidad de salir a aclarar que el nombre Misión de Paz responde a que "ambos países pueden, si se lo proponen, llevar la paz de los cementerios allí donde fuera necesario", según reveló un altísimo asesor de Putin. La polémica se agiganta.

¿Las cosas por su nombre? La revista invitó a reflexionar sobre la manipulación del lenguaje realizada por quienes tienen el poder de fijar la agenda informativa (número 116 – 31/8/07, pág. 6).

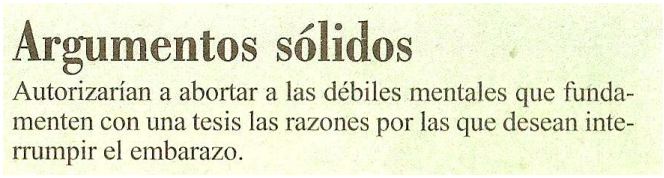
Agenda gubernamental y agenda mediática

Barcelona también apunta a los gobiernos en tanto instancia privilegiada para la formación de las agendas periodísticas y la opinión pública. En una nota titulada "Después de la Piedra Movediza, preparan el retorno de íconos como el terremoto de San Juan, la desnutrición chaqueño-tucumana y las inundaciones de Formosa" (número 109 – 25/5/07, págs. 10 y 11), la revista señalaba: "Entusiasmado por la enorme repercusión que tuvo la colocación de un pedazo falso de piedra en Tandil, el Gobierno proyecta ahora 'mantener la atención pública inaugurando pelotudeces' hasta que lleguen las elecciones de octubre" (número 109 – 25/5/07, pág. 10).

Allí se planteaba como "un verdadero negoción" la creación de parques temáticos que recordaran las grandes tragedias del país, a la vez que se apelaba a uno de los recursos más característicos de la revista, la falsa declaración, para mostrar de forma directa las intenciones de los protagonistas de la noticia:

> La autoridades "'pueden poner en marchas las políticas necesarias para recrear los mitos y nosotros aportaríamos las coimas y los negociados que hacen falta para repetir el acontecimiento con la mayor fidelidad posible', afirma un miembro de la UIA que ya tendría arreglado un parque temático con el ministro del Interior, Aníbal Fernández, para repetir el fenómeno del desmoronamiento de casas en Tartagal (…) La otra pata del plan Regreso de los Mitos es la desnutrición, un clásico de varias provincias que se ha perdido de las páginas de los diarios en los últimos meses" (número 109 – 25/5/07, pág. 11).

Barcelona incluyó en su agenda temáticas de amplia presencia en la sociedad, pero cuya incomodidad hacía que las autoridades y los medios las trataran soslayadamente.



Argumentos sólidos

Autorizarían a abortar a las débiles mentales que fundamenten con una tesis las razones por las que desean interrumpir el embarazo.

Durante 2006 se conocieron los casos de jóvenes discapacitadas mentales que habían sido violadas y solicitaron ante la Justicia interrumpir su embarazo. Luego de largas discusiones en ese ámbito y con la iglesia, dos de ellas fueron autorizadas, pero una tercera perdió el embarazo antes de que se resolviera su solicitud (número 98 – 22/12/06, pág. 15).

Otro aspecto de la crítica de *Barcelona* a las agendas mediáticas radica en la parodia a publicaciones como *Gente* y sus tapas con "los personajes del año", que proyectan una imagen de felicidad brindada por la fama, donde la conflictividad es inexistente. En la revista, "los personajes del año" son políticos cuestionados, o desconocidos repentinamente famosos. Los "festejos" de 2007 estuvieron marcados por la inflación y el cuestionable control de precios gubernamental[124]:

Bolsas. La flamante presidenta de la Argentina, Cristina Fernández de Kirchner, aprovechó la producción de fotos para conocer por sí misma cómo es un supermercado y, de paso, "dio rienda suelta a su irrefrenable ansia de consumo, que constituye una de sus tantas adicciones, aunque no la más peligrosa", según declaró *off the record* un alto nuevo viejo funcionario. Cristina, espléndida como siempre, aprovechó para comprar varios productos con precios acordados con el Gobierno. La Presidenta eligió unas coloridas bolsas plásticas multiuso que permiten transportar, tanto en vuelos oficiales como en jets privados clandestinos, desde artículos de camping hasta grandes sumas de dinero negro. Cristina preguntó a los empleados si en el supermercado también se vendían "pastillas y brebajes para calmar abruptos accesos de depresión y para moderar profundos brotes esquizoides", de acuerdo con lo que narró *off the record* el cajero del mes. La respuesta negativa la sumió "en un llanto de padre y señor mío", expresó la misma fuente.

La Presidenta "aprovechó la producción de fotos para conocer por sí misma cómo es un supermercado". Fernández de Kirchner "eligió unas coloridas bolsas plásticas multiuso que permiten transportar, tanto en vuelos oficiales como en jets privados clandestinos, desde artículos de camping hasta grandes sumas de dinero negro" (número 124 – 21/12/07, pág. 18). Los comentarios hacen referencia a los caso del dinero ingresado al país por el venezolano Antonini Wilson[125] y de la bolsa con 60 mil dólares encontrada en el baño de la ex ministra Felisa Miceli.

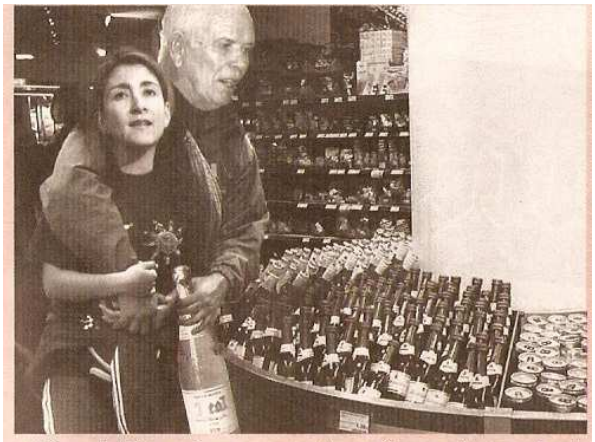
[124] Casi dos años antes, la revista ya había publicado una nota titulada "Después de la carne, Kirchner va por los precios del papel film, la chocolatada y los cedés" (número 75 – 3/2/06).

[125] En agosto de 2007, el empresario venezolano -supuestamente vinculado al gobierno de ese país- intentó ingresar a la Argentina una valija con 800 mil dólares en efectivo. Ese dinero habría estado destinado a financiar la campaña presidencial de Cristina Fernández.

Precios. "Este fabricante es un cabeza de poronga y va a ser boleta", sostuvo el polémico secretario de Comercio, Guillermo Moreno, cuando detectó un "precio abusivo" en una góndola. Cerca de él, una muy bronceada Lilita Carrió, que en todo momento exhibió una enorme cruz, cuestionó severamente al funcionario, al que acusó de "corrupto", "mafioso" y "ateo".

Mientras el secretario de Comercio Guillermo Moreno amenazaba con que un fabricante iba "a ser boleta", Elisa Carrió lo denunciaba por "ateo" (número 124 – 21/12/07, pág. 18). Doble sarcasmo hacia una administración con un funcionario de métodos muy criticados[126] y una dirigente opositora de posturas inconsistentes.

Mediante fotomontajes intencionalmente desprolijos, la revista construía encuentros imposibles dentro de su "supermercado".



Descorche. "¡Estos precios son un secuestro!", se quejó la ex candidata a presidenta de Colombia, Ingrid Betancourt, mientras era apoyada en su reclamo por el desaparecido Julio López. "Siempre hay un motivo real para brindar", señaló el testigo clave del juicio contra Miguel Etchecolatz, mientras le hacía sentir a la secuestrada colombiana "la suavidad del botellón y la firmeza del corcho".

Un acercamiento entre la política colombiana Ingrid Betancourt -liberada por las FARC a mediados de 2008- y el testigo clave Julio López, desaparecido hasta hoy tras declarar contra el represor Miguel Etchecolatz en septiembre de 2006 (número 124 – 21/12/07, pág. 19).

"El auge de la criminalidad se coló en la agenda de temas de la fiesta y fue acaloradamente discutido por el Coreano Tirador Loco de la Universidad de Virginia Tech [Cho Seung-Hui mató a 32 personas en abril de 2007], el malherido vicejefe de Gabinete, Jorge Rivas [asaltado y golpeado en noviembre], y la Villerita de Macri [Melina Aristizabal, la nena de 8 años que se fotografió en Lugano con el entonces candidato], quien cada vez que se

[126] En más de una ocasión, pero siempre en *off the record*, colegas suyos en el gabinete se quejaron de insultos y maltratos. Algunos empresarios fueron más lejos: llegaron a asegurar que el secretario de Comercio "negociaba" con un revólver apoyado sobre la mesa.

dispara un flash fotográfico recibe un inmediato abrazo del jefe del Gobierno porteño" (número 124 – 21/12/07, pág. 19). *Barcelona* aprovechó la "reunión" para burlarse de la tendencia simplificadora de los medios a la hora de nombrar a los sujetos de sus noticias.

La desinformación organizada

El diario de mayor circulación en habla hispana se caracteriza por apelar a un lenguaje llano y fórmulas en las que el uso de impersonales amenaza con *borrar* a los protagonistas: las acciones de personas concretas, con roles e intenciones específicas, suelen quedar desdibujadas bajo generalidades como "el Gobierno" o "la gente".

Esa despersonalización de la información tiene su cara opuesta en los métodos de *Barcelona*, donde los actores de la noticia siempre son identificados, aunque hagan declaraciones políticamente incorrectas. Para la revista es imprescindible explicitar la dimensión conflictiva de la realidad sociopolítica con claridad, ya que "el uso de fórmulas gráficas y redaccionales que recrean la sensación de prescindencia sobre las disputas sociales sirve para argumentar postulaciones de un periodismo objetivo y equidistante de los sectores en pugna"[127].

Clarín condensa las supuestas intenciones de imparcialidad de los grandes medios, aunque ese equilibrio sea impostado:

"Un objetivo político, que no puede expresarse demasiado abiertamente, se oculta bajo palabras aparentemente neutras. La manera progresiva de emplearlas asociadas termina por darles una forma de validación natural" cuando en realidad "la elección del léxico participa en la definición de la ideología dominante en la sociedad"[128].

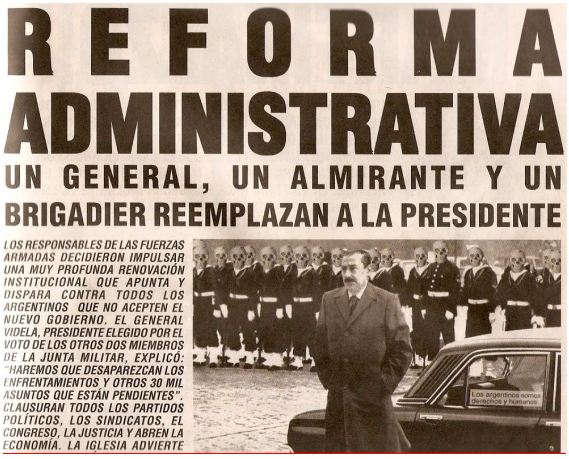
Esta construcción de lo imparcial tiene un importante papel en la historia del diario, cuyos eufemismos suelen desviar la atención de la problemática del poder. De hecho, la tapa con que recibió a la dictadura de 1976 se redujo a un simple anuncio. Veintiocho años después, *Barcelona* imaginó una portada con ecos de aquel titular.

[127] Miceli, Albertini y Giusti; op. cit.; pág. 13.
[128] Mouchon; op. cit.; pág. 53.

Clarín

NUEVO GOBIERNO

CALABRO ENTREGO LA GOBERNACION


REFORMA ADMINISTRATIVA

UN GENERAL, UN ALMIRANTE Y UN BRIGADIER REEMPLAZAN A LA PRESIDENTE

LOS RESPONSABLES DE LAS FUERZAS ARMADAS DECIDIERON IMPULSAR UNA MUY PROFUNDA RENOVACIÓN INSTITUCIONAL QUE APUNTA Y DISPARA CONTRA TODOS LOS ARGENTINOS QUE NO ACEPTEN EL NUEVO GOBIERNO. EL GENERAL VIDELA, PRESIDENTE ELEGIDO POR EL VOTO DE LOS OTROS DOS MIEMBROS DE LA JUNTA MILITAR, EXPLICÓ: "HAREMOS QUE DESAPAREZCAN LOS ENFRENTAMIENTOS Y OTROS 30 MIL ASUNTOS QUE ESTÁN PENDIENTES". CLAUSURAN TODOS LOS PARTIDOS POLÍTICOS, LOS SINDICATOS, EL CONGRESO, LA JUSTICIA Y ABREN LA ECONOMÍA. LA IGLESIA ADVIERTE

"La prolongada crisis política que aflige al país comenzó a tener su desenlace esta madrugada…" (*Clarín*, 24/3/76).

Barcelona puso en boca de Videla la frase "Haremos que desaparezcan los enfrentamientos y otros 30 mil asuntos que están pendientes" (número 55 – 24/12/04, Suplemento especial).

Martini señala con Van Dijk que "el discurso periodístico aparece como impersonal, 'debido a que no lo produce y expresa un único individuo, sino organizaciones institucionalizadas' y porque remite al verosímil de la objetividad"[129]. A veces, estos procedimientos quedan demasiado explícitos:

Objetividad

Positiva recepción de los mercados a las acciones del Grupo Clarín

Clarín, 21 de octubre de 2007.

Número 121 – 9/11/07, pág. 19.

En *Clarín* podemos encontrar recursos que buscan construir ese verosímil de objetividad, pero que al mismo tiempo corren el riesgo de desinformar. Esas fórmulas son sistemáticamente parodiadas en *Barcelona*.

- Las encuestas: buscan revelar el estado de la opinión pública, pero pueden guiar la lectura hacia la aceptación acrítica de lo narrado. Furio Colombo opina que muchas veces la noticia "pide ser sometida a una verificación crítica (premisas y

[129] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 108. Citado de Van Dijk, Teun A.; *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*; Paidós; Barcelona; 1990; pág. 113.

conclusiones) antes aun que estadística. Pero el tiempo impide la verificación, y la amplitud de la encuesta la hace [en apariencia] impenetrable a cualquier intento de confrontación"[130]. Las encuestas también "obstruyen el debate público antes que alentarlo, ya que en ellas la opinión pública queda reducida a un veredicto 'a favor o en contra' o 'por sí o por no'"[131].

Número 98 – 22/12/06, pág. 32.

En otra de sus irónicas encuestas ("Quiénes ganan y quiénes pierden con la crisis terminal del país"), la revista *consultó* a "los sectores más representativos" de la Argentina, pero sólo opinaban empresarios que aseguraban ser los más perjudicados:

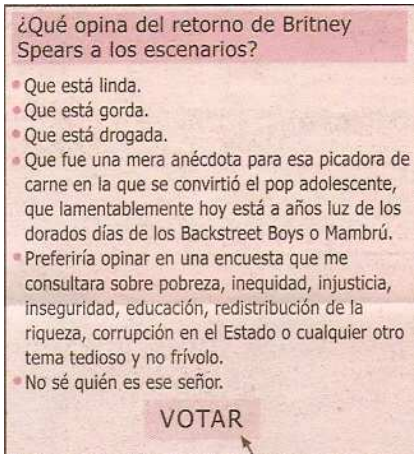
[130] Colombo; op. cit.; pág. 61.
[131] Martini y Gobbi; op. cit.; pág. 8.

José Ignacio de Mendiguren
Empresario, ex presidente de la UIA, ex ministro de Eduardo Duhalde

"Es injusto que los empresarios argentinos tengan que arriesgar. Los empresarios argentinos tienen que ganar. Lo demás es ir a contramano de la historia. Si se trata de imponer recetas foráneas, que nada tiene ver con la idiosincrasia nacional, como exigirles a nuestros empresarios que arriesguen, el panorama va a ser oscuro. Y el derrame, en lugar de ser de riqueza, será de pobreza, de hambre y de represión."

Número 109 – 25/5/07, pág. 2.

La revista cuestionó la utilidad de publicar cualquier tipo de sondeo en forma constante:



Número 118 – 28/9/07, pág. 8

- Los análisis de tendencias: *Clarín* suele publicar notas cuyo eje central es el surgimiento de grupos con nuevas prácticas y características. Son textos de temática variada, que pueden hacer foco en cuestiones de salud, tecnología o sociedad. *Barcelona* tomó nota de esa inclinación y ridiculizó la práctica compulsiva de clasificar personas:

tribus. Tanto en el campo como en las grandes urbes, nacen nuevos grupos de gauchos, con sus características propias.

Luego de una ardua investigación, concluyen que hay muchos tipos de "gauchos", tanto en la ciudad como en el campo

Parece que después de los gauchetos, los gauchongos los gauchabones, los gauchantas, los gauchorros y los gauchotos se perfilarían como las nuevas tribus rurale

Número 83 – 26/5/06, págs. 16 y 17.

A raíz de la supuesta aparición de los "gauchos cool" (hombres de campo con viviendas y consumos en las urbes), *Barcelona* se preguntaba si "nace un nuevo tipo de garca agrícola-ganadero", cuya explicación estaría en "una política económica decidida a beneficiar a los terratenientes a través de una nula redistribución de la riqueza". La revista hablaba de *gauchongos* ("surgidos a partir de la difusión de las nuevas tendencias en materia de sexualidad"), *gauchabones* ("seducidos por la música rock argentina") y *gauchés*, "gauchos guevaristas que luchan desde el campo por una América unida y socialista (se ven más bien poco)". Este tipo de notas actúan como burla a la intención de algunos medios de encontrar novedades donde no las hay, en una ejercicio de imaginación que intenta suplir la falta de información relevante.

Otra muestra de la inclinación de *Clarín* por las tipologías arbitrarias puede observarse en este ejemplo:

Tradición

VIDA COTIDIANA

LA CONTRACARA DEL HINCHA DE FUTBOL TRADICIONAL

Se acerca el Mundial y renace un clásico argentino: **el mundialero**

▸Son cuatro de cada diez personas; la mayoría, mujeres. No saben de fútbol, pero

Clarín, 21 de mayo de 2006.

Número 83 – 26/5/06, pág. 19.

Barcelona, en cambio, prefería ironizar sobre otras "tendencias":

Antes. Los pobres comían mierda mierda y querían comer pan. **Ahora.** Los pobres no comen, porque están ocupados huyendo.

Informe especial: los hábitos de los pobres de última generación

Surgida tras la crisis, la nueva clase baja gasta poco, no toma vacaciones y dedica su tiempo libre al vino y al paco

La crisis económica que asoló a la Argentina generó la aparición de una nueva clase baja, cuyas costumbres difieren notablemente de las existentes hasta el 2001, según indica un estudio elaborado por una consultora que pidió el más estricto anonimato. Los cambios, de acuerdo con el trabajo, son muy marcados: mientras en otros tiempos los miembros de esta clase gastaban de consumir marucha, corazón y falda a la brasa, ahora se la pasan escapando de los rastrillajes policiales; antes, mateaban en las veredas, y hoy acosan a los punteros políticos para que les otorguen un plan trabajar; antaño, jugaban al fútbol en el potrero, en tanto que hoy fuman paco. Según piensan los estudiosos de estos fenómenos, la próxima crisis galopante que derrumbará al país podría, quizá, devolver a esta clase sus viejos hábitos y valores. "Habrá que ver", aseguran los que saben.

La lectura del minucioso estudio realizado deja en claro que, antes, la vida de los miembros de la clase baja era una, y que ahora es otra. "Ni mejores ni peores: distintas", afirma César **Balvoretto**, el único especialista que acepta dar su nombre. "Los ejemplos abundan: antes, esta clase comía **polenta**, y ahora junta cartón; antes cuidaba el **mango**, y ahora ejerce la violencia familiar; antes se bañaba en los arroyos, y ahora toma **vino de caja**. Cotejando ambas épocas, uno se da cuenta de que todo cambió mucho", detalla el nunca **laureado científico**.

Otro especialista cree que el cambio fue para peor. "Es muy triste lo que ha pasado, pero la verdad es que hasta antes del 2001 los valores centrales de la clase baja eran la solidaridad, **la nobleza y la amistad**, mientras que tras la crisis los valores que predominan son la abulia, el vicio y la vocación delictiva", dice el estudioso. "Por ejemplo, en **épocas pretéritas** lo normal era que, en las villas, los vecinos se ayudaran mutuamente para construir sus **modestas y limpias** casitas de ladrillo; hoy, sólo se juntan para comprar paco entre varios con el fin de abaratar las dosis", sostiene. "Son **resabios de la vieja** solidaridad, pero puesta en función del crimen", agrega, bastante preocupado.

Éste es el primer estudio serio sobre la clase baja que se realiza después de la crisis. Se pudo llevar adelante gracias a la colaboración del Ejército, que envió **cuerpos de elite** armados **"hasta las tetas"**, según la descripción de un estudioso, para que escoltaran a los investigadores en sus visitas a villas y **barriadas**. Gracias al trabajo, se pudo establecer una tabla comparativa de costumbres que, por ejemplo, muestra que **antes del 2001** los integrantes de la clase baja aleccionaban a sus hijos con un **simpático chirlo**, mientras que hoy venden sus convicciones políticas por un choripán; o se comprueba cómo gustaban de las reuniones familiares, mientras que ahora son transmisores de **dengue**; o como, antaño los pobres tenían jilgueros en sus casas, mientras que en la actualidad **emboscan** a turistas en callejones. "Así está la cosa", concluye un erudito.

"Antes del 2001 los integrantes de la clase baja aleccionaban a sus hijos con un simpático chirlo, mientras que hoy venden sus convicciones políticas por un choripán". Para *Barcelona*, algunas encuestas tienen una peligrosa mezcla de prejuicios, desprecio y desconocimiento sobre su *objeto de estudio* (número 107 – 27/4/07, pág. 10).

- "Ahora dicen…": es el clásico inicio de varios titulares del diario, un impersonal que sugiere un "ellos" ajeno, que incomoda al "nosotros" de la comunidad de periodistas y lectores. Pero también se utiliza para disimular imprecisiones en la tarea productiva de los periodistas. Como señala Colombo, "muchas noticias llegan al público sin una paternidad, sin que se conozca su fuente, y son difundidas (por casualidad o voluntariamente) sin que el periodista sepa si está redistribuyendo un mensaje. Y de parte de quién"[132].

Aunque algunos funcionarios notan que tal vez no sea tan de centroizquierda como parece

Ahora dicen que el acuerdo con el FMI es maravilloso y una de las mejores cosas que le podían pasar al país

El reciente acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) significará para la Argentina un progreso sólo comparable con los que experimentaron el Japón y la Alemania devastados luego de la Segunda Guerra Mundial. Así lo indica un minucioso análisis que encargó el presidente Néstor Kirchner, a una importante consultora internacional cuyo nombre el Gobierno prefirió no dar a conocer. "Pero se trata de un estudio serio", advirtió un alto funcionario del Poder Ejecutivo en riguroso *off the record*. Según esa misma fuente, la consultora dependería del propio FMI y el encargado de llevar la gestión adelante habría sido el vicepresidente Daniel Scioli "porque Kirchner no quería dejar una misión tan importante en alguien que no fuera de su máxima confianza".

Otros funcionarios de la Casa Rosada también elogiaron el acuerdo. "Pronto vamos a volver a ser una potencia y la palabra de los argentinos será escuchada en todo el mundo", se entusiasmaba hace algunos días un ladero de Kirchner que también eligió la vía del anonimato para expresarse sobre el convenio firmado con el FMI. "Los del Fondo saben que con la Argentina no se jode. La sumisión no va más. Ahora negociamos con la frente bien alta, poniendo siempre los intereses nacionales por delante de los del capital foráneo. Y, sobre todo, cumplimos con nuestra palabra: si les decimos a los acreedores que vamos a pagar, es porque vamos a pagar."

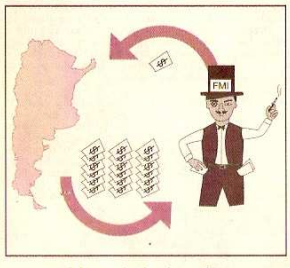
En Balcarce 50 también están muy contentos por los elogios que recibieron por parte del presidente norteamericano George W. Bush por la firmeza para negociar. "Evidentemente se trata de un acuerdo progresista, coherente con la línea de centroizquierda propia del estilo K", se entusiasma un ministro del riñón kirchnerista. "Por eso nos elogia Bush".

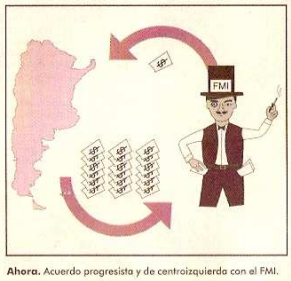
Antes. Ministro de Economía de centroderecha. **Ahora.** Ministro de Economía de centroizquierda.

Diferencias

El mismo ministro, que pidió absoluta reserva, admite que el Gobierno tuvo que ceder un poco en las negociaciones con el FMI: "Es cierto, cedimos, pero sólo en lo mínimo indispensable. Apenas pagamos unos cuantos miles de millones de dólares con reservas del Banco Central. Por lo demás, los del Fondo se quedaron bien calentitos porque tuvieron que reconocer que ahora todo es distinto, que se acabó la fiesta de los 90 de la pizza y el champán, y eso es lo único que pensamos concederles".

Las fuentes gubernamentales estiman que con los beneficios que recibirá el país a partir de este "nuevo y revolucionario acuerdo de centroizquierda", tal como lo definen, serán enormes e incalculables. "Todavía no terminamos de hacer cuentas", explica la fuente, "pero a grosso modo creo que se podría aumentar en un diez por ciento el número de planes Trabajar, además de duplicar las partidas de tizas y borradores para unas 200 escuelas públicas, equipar con gasa y alcohol a 15 hospitales públicos que habían dejado de recibir ese beneficio, volver a ponerle ternerita al arroz con ternerita de casi ciento cincuenta comedores comunitarios de todo el país y comprar caritos último modelo para unos 1.000 cartoneros que no tienen vehículos para realizar su trabajo", y concluye: "Creo que con este acuerdo progresista el país va a despegar definitivamente y que las futuras generaciones de argentinos nos lo agradecerán".





Antes. Acuerdo leonino y hambreador con el FMI. **Ahora.** Acuerdo progresista y de centroizquierda con el FMI.

Agoreros

A pesar de la euforia, funcionarios del Palacio de Hacienda que también apelaron al anonimato criticaron el acuerdo. "No ponemos en duda su tono progresista, pero es una lástima no haber conseguido que Anoop Singh, el funcionario del FMI, se sacara una foto con la camiseta de Racing. Hubiese sido un golpe de efecto bien K."

Número 7 – 19/9/03, págs. 2 y 3.

[132] Colombo; op. cit.; pág. 57.

Para Quevedo, este procedimiento "es un invento periodísticamente extraordinario de *Clarín*, originado en la forma en que trabajan los medios, ellos en particular. Pueden decir 'La semana próxima se iría [el secretario de Comercio, Guillermo] Moreno'. Pero si Moreno sigue, después ponen 'Ahora dicen que Moreno se queda'. ¿Cómo 'ahora dicen'? ¡Ellos dijeron que se iba! ¿Y 'ahora' cuándo es? ¿Quién lo dijo?"[133]

- El condicional: los medios suelen apelar a este recurso cuando no pueden presentar la noticia como el relato de un hecho comprobado. *Clarín* lo usa muy a menudo, con la consiguiente transmisión de las dudas propias al lector y el peligro de estar, en realidad, desinformando:

Precisión

España: cientos de miles de inmigrantes podrían obtener la residencia

Clarín, 10 de diciembre de 2006.

La mezcla de la cifra difusa y el verbo en potencial produce más desconcierto que conocimiento (número 100 – 19/1/07, pág. 19).

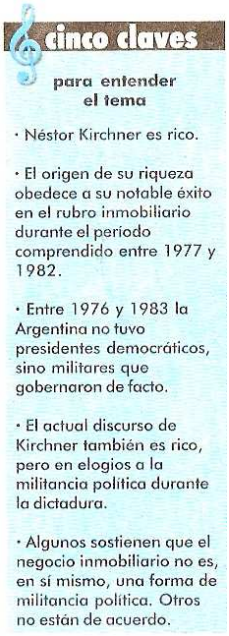
Los periodistas de *Barcelona* creen que el abuso del condicional es una de las señas identitarias del matutino, por lo cual lo parodian en forma constante. Marchetti recuerda que al día siguiente de la muerte de los integrantes del grupo musical Néctar, en *Clarín* "había una infografía increíble a página y media, con todos los detalles, y el título era 'Así habría sido al accidente' ¿Cómo 'habría sido'? '¡Así fue!' No tiene sentido poner toda una infraestructura al servicio del *podría ser*"[134].

- A modo de resumen de lo narrado, *Clarín* incluye "Claves para entender la noticia". Se trata de un recurso útil pero a veces insuficiente, cuyo espíritu didáctico suele derivar en una excesiva simplificación de los hechos. Apela a los

[133] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit..
[134] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit.

supuestos de relación, que "dejan por sentado que el lector hará las relaciones que el texto considera pertinentes, aunque la información suministrada pueda no ser suficiente para ello. En estos casos, quizás los más frecuentes, los medios suelen desvincular los procesos del nivel macroestructural donde encuentran su sentido completo"[135].

Una vez más, recursos que a priori sirven para agilizar la lectura, pueden contribuir al desconocimiento generalizado sobre los procesos complejos de la realidad. *Barcelona* prefiere hacer su propia interpretación de los hechos:



cinco claves

para entender el tema

· Néstor Kirchner es rico.

· El origen de su riqueza obedece a su notable éxito en el rubro inmobiliario durante el período comprendido entre 1977 y 1982.

· Entre 1976 y 1983 la Argentina no tuvo presidentes democráticos, sino militares que gobernaron de facto.

· El actual discurso de Kirchner también es rico, pero en elogios a la militancia política durante la dictadura.

· Algunos sostienen que el negocio inmobiliario no es, en sí mismo, una forma de militancia política. Otros no están de acuerdo.

Número 89 – 18/8/06, pág. 2.

- La opinión: como otros medios, *Clarín* incluye columnas para complementar la información "objetiva" de una noticia. Esto responde a una tradición de la prensa gráfica y a un punto de vista muy cercano al sentido común: el texto principal debe ser frío e imparcial, mientras que el lugar de la subjetividad queda reservado a opiniones bien diferenciadas. A la personalización del contacto que implica la firma del periodista, *Clarín* agregó su foto y su dirección de mail. *Barcelona* no perdió la oportunidad de parodiar esta construcción de cercanía con el lector:

[135] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 41.

MIRADA

Gonzalo Ricardo Lagos
gorila@barcelona.com.ar

La recuperación de la Argentina se mide en los números de la macroeconomía. Exportación. Balanza comercial. Superávit fiscal. Esos índices fríos, aunque bien venidos, no alcanzan a reflejar lo que ocurre en el seno de la sociedad. Mucho menos, en el humor de la clase media, desde siempre motor y sostén de gobiernos, economías, sociedades. No hacía falta que una encuesta viniera a confirmar con su método científico lo que cualquiera con un poco de sentido común puede percibir en cada autopista, en cada garita, en cada barrio cerrado, en cada escuela privada, en cada complejo de cines, en cada polo gastronómico, en cada concesionario de autos, en cada local de cada cadena de electrdomésticos, en cada hipermercado, en cada cola de banco: la clase media está volviendo a ser la que era. Con menos sellos en los pasaportes, pero con las mismas cuotas de siempre. Y eso sí que es una buena noticia.

Un periodista cuyo mail es "gorila@..." celebra la recuperación económica que "cualquiera con un poco de sentido común puede percibir en cada autopista, en cada garita, en cada barrio cerrado, en cada escuela privada…" (número 101 – 2/2/07, pág. 3).

- Fotografías e infografías: sobre todo a partir del rediseño iniciado en la nueva década, *Clarín* otorga gran importancia a su aspecto visual. La abundancia de recursos gráficos hacen que pueda leerse casi como una revista. De acuerdo a Martini, "el material ilustrativo (fotografías, gráficos, dibujos) se constituye cada vez más en el punto de anclaje para la atención del lector. Las fotografías adquieren un valor significante en la construcción del verosímil: lo que no alcanzan a describir las palabras lo muestran las imágenes, y agregan la fuerza del testimonio, el 'haber estado allí'". También "ha cobrado importancia el epígrafe de la foto, ya que allí se fija, luego de los titulares, la atención del lector"[136].

  Mediante fotomontajes intencionalmente burdos, *Barcelona* subvirtió el valor de esos recursos, con epígrafes provocativos e imágenes que construyen una estética provocativa. La revista usa las imágenes en forma paródica, con el objetivo de editorializar, sobre-explicar o ilustrar con humor la información desarrollada en el texto.

[136] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 109.

La relación entre el Ejecutivo y la cúpula de la Iglesia Católica, en plena reconciliación

La Iglesia lamentó las "actitudes tiránicas" y "el mesianismo" de Kirchner y advirtió que si mantiene esa postura "no quedará más remedio que bendecirlo como a Videla"

El episcopado argentino se encuentra preocupado por el distanciamiento del gobierno con la cúpula eclesial. "El Presidente se está mostrando como un verdadero fascista incapaz de tolerar el disenso, esto nos retrotrae a las épocas de las dictaduras militares y nos obliga, como consecuentes pastores de la Iglesia, a idolatrarlo y darle la comunión diaria para exculparlo de sus pecados", asegura un viejo sacerdote que prefiere mantener su nombre en reserva, como cuando participaba de las sesiones de tortura en 1977.

Bendición. Los obispos se la darían al Presidente, si sigue acercando posiciones con la Iglesia.

Pese a que el presidente Néstor Kirchner se mostró dispuesto a conversar con el cardenal Jorge Bergoglio, la tensión entre el Gobierno y la Iglesia no cede. Es que en la reunión con el obispo Joaquín Piña, el primer mandatario le adelantó los temas que le interesan conversar con Bergoglio y la lista no resultó del agrado del arzobispo de Buenos Aires.

Kirchner tendría la intención de acercar posiciones con Bergoglio en temas sobre los que hay acuerdo, como la importancia de mantener el feriado de Navidad, la necesidad de promover un "modelo de mujer" como la Madre Teresa de Calcuta que fomente la pobreza extrema en la Argentina, y la patriótica tarea de la Iglesia al consolar a los trabajadores con un "Dios proverá" o un "así lo quiere el Señor" o un "Dios aprieta pero no ahorca", frente al alza salvaje de los precios.

La semana pasada, Kirchner tuvo un insólito apoyo desde los purpurados cuando Antonio Baseotto lo elogió en una misa. "Yo pensé que era un zurdo de mierda, pero después de ver cómo mete mano dura en Santa Cruz y cuán grande es su prepotencia, me di cuenta de que es uno de los nuestros y quiero bendecirlo ya", habría manifestado el obispo castrense.

El cura Luis Farinello, en cambio, comenzó a mostrarse "un poquito" disconforme. "Nuestro hermanito Presidente se está alejando de esos pobrecitos que le dieron sus votitos para que gane la elección. Tiene que pensar que hay chiquitos marginaditos que ni moquitos tienen para comer. Yo estuve en Irancito y no vi a ningún fundamentalistito al que le faltara el pancito, inclusive los ojitos les brillaban porque toditos reciben su raciocinita diaria de atomitos nucleares", explicó Farinello.

Número 108 – 11/5/07, pág. 2

El nuevo jefe de Gobierno porteño dice que van a pelear contra el delito "desde adentro"

Macri: "De todos los corruptos que conozco, los de mi equipo son los más confiables"

El flamante jefe de Gobierno porteño denunció que hay una campaña sucia en contra de los "fachos, corruptos y estafadores" que eligió como sus colaboradores. "Intentan desgastar a mis funcionarios buscando sus antecedentes, es la clásica politiquería que indaga incesantemente en los archivos judiciales para manchar el nombre de personas que muchas veces fueron perseguidas de modo muy injusto por los juzgados comerciales y las fiscalías en lo penal económico", afirmó Mauricio Macri. La vicejefa de Gobierno, Gabriela Michetti, destacó que "sólo el 70 por ciento de los nombramientos fueron cuestionados con fundamentos atendibles".

Vacías. Así estarían aún las corretillas de los flamantes funcionarios porteños.

Mauricio Macri reunió a sus colaboradores para analizar las primeras medidas que tomará su gobierno y pedirles que elaboren **un fixture** con las fechas en las que se tienen que presentar en los juzgados para responder por **desfalcos**, deudas incobrables y otras cuestiones penales. "Quiero que mi equipo tenga la filosofía de **Los Pumas**, la velocidad de Messi para gambetear a la Justicia y los escrúpulos del presidente de River, José María **Aguilar** para manejar el área a su cargo", sintetizó Macri en una reunión en la que sus principales referentes se comprometieron a no participar en las clásicas "**mordidas**" de la gestión pública porteña, aunque reconocieron que como compensación buscarán participar de la "**tarasca**" y la "tajada".

Delitos transparentes

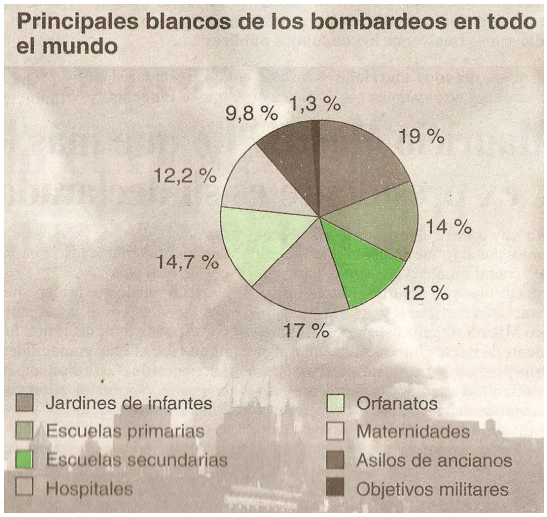
Como gesto, el nuevo jefe de Gobierno anticipó que presentó su declaración jurada antes de asumir para que se sepa que su **enriquecimiento ilícito** "es anterior al comienzo de la gestión". También explicó que si eligió a funcionarios "**garcas y estafadores**" fue para poder enfrentar a las mafias enquistadas en la Ciudad "peleándole al delito desde adentro".

No obstante, Macri está preocupado por la ofensiva contra sus nombramientos. "Si me van a cuestionar a los **funcionarios corruptos** no voy a poder gobernar, esa es la única gente confiable con la que cuento y mi equipo está básicamente formado por personas que se oponen a la intromisión del Estado y la Justicia en los **delitos** particulares de los individuos", sostuvo.

Por otra parte, la **única alegría** de Macri por estos días también fue opacada. Su reunión con el gobernador bonaerense Daniel Scioli para hablar de negocios comunes recibió la crítica del presidente saliente Néstor Kirchner, quien le advirtió al **motonauta**: "Mirá, Daniel, si te vas a juntar con garcas y estafadores para **repartir la torta** no me lo puentees a De Vido".

Número 123 – 7/12/08, pág. 4

Sus sencillos cuadros y gráficos también parodian las ambiciosas infografías de *Clarín*. Al igual que en el caso de los fotomontajes, pueden tener la intención de comentar la realidad desde el cinismo o el humor.



Número 98 – 22/12/06, pág. 10

Los principales laboratorios, entre los patrocinadores

Después del éxito de "la Batalla de las Superficies", Puerta y Cañas juegan ahora "la Batalla de las Falopas"

"Será uno de los duelos más atrapantes que hoy puede presentar el circuito de la ATP", se ilusiona el mismo publicista argentino que ideó el duelo promocional entre Roger Federer y Rafael Nadal en una cancha cuya superficie era mitad césped, mitad polvo de ladrillo. Se refiere al *court* –mitad etilefrina, mitad diurético hydrochlorothiazide– en el que se enfrentarán próximamente los tenistas argentinos Mariano Puerta y Guillermo Cañas.

El **mundo del tenis** aguarda con gran expectativa el **match de exhibición** que representará, al decir de los organizadores, "**choque entre dos escuelas**, dos **cosmovisiones** en cuanto a la **preparación física en el tenis**". Se trata del partido entre Guillermo Cañas –la cara visible del **diurético hydrochlorothiazide**– y Mariano Puerta –**orgulloso representante** de la etilefrina–, que se celebrará en **Amsterdam**, con el nombre comercial de la **"Batalla de las Falopas"**. "Tanto a Guillermo como a Mariano les encantó la idea", aseguran los publicitas a cargo de la promoción del juego, "porque **entre ellos hay química**, y porque ambos quieren enfatizar el lado más **competitivo** y **estimulante** del tenis de hoy".

En términos comerciales, el partido ya es un **éxito**. "Nuestros amigos de los **grandes laboratorios** han dado su generoso apoyo para que esta **fiesta del tenis** sea una realidad", continúan los voceros de la organización, que aclararon que, por **cuestiones legales**, el partido tendrá "carácter de exhibición". "Es que Puerta aún continúa suspendido por **dóping positivo**", añaden, "y Cañas, que apenas regresó hace semanas al circuito, prefiere no quedar **pegado con el pasado**".

Anuncantes. Los afiches promocionales del match tenístico apuntan a conseguirlos.

Número 108 – 11/5/07, pág. 16

Una cuestión personal

La obsesión de *Barcelona* por la manera en que *Clarín* construye las noticias está ligada al desencanto de sus periodistas con la dinámica productiva de la prensa argentina. Marchetti confiesa que para *Barcelona* "*Clarín* es la Biblia, un referente ineludible"[137]. Esta "devoción" se explicita en la sección *DXT*, donde *Barcelona* recopila titulares desopilantes, incomprensibles o periodísticamente erróneos:

Desgracias con suerte

EL INVIERNO INVOLUCRA A CASI 16 MIL ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS

Por la gripe, adelantan en Provincia las vacaciones escolares de julio

Clarín, 30 de abril de 2004.

EL RIESGO NUTRICIONAL SE INCREMENTO UN 54% EN LA PROVINCIA

Por la desnutrición, Entre Ríos recibirá un millón de pesos al mes

►El Gobierno nacional aguará dinero en...

Clarín, 29 de junio de 2004.

Número 55 – 24/12/04, pág. 23

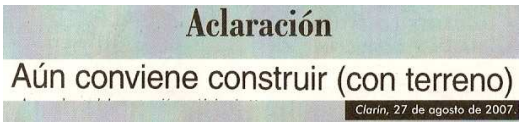
¿Eh?

Un kilo de lomo argentino cuesta más que los 20 euros de un kilo de Audi

Clarín, 3 de julio de 2007.

Número 112 – 6/7/07, pág. 19

[137] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit.



Número 117 – 14/9/07, pág. 19

Número 124 – 21/12/07, pág. 30.

Ingrid Beck afirma que los editores de *Barcelona* tienen a *Clarín* "muy presente, porque en muchos sentidos es el anti-periodismo: por momentos parece más un catálogo [publicitario] que otra cosa, y no informa bien, lo hace constantemente con errores e imprecisiones"[138]. La revista también critica los múltiples intereses comerciales del multimedios. Este aviso ironizaba sobre su sitio web para buscar empleo:

La mayoría de os trabajos ofrecidos en el sitio del diario son precarios y no calificados. En este aviso la revista *incitaba* a "encontrar el trabajo esclavo que buscás", para lo cual será necesario ir con "ropa vieja y zapatos gastados" y evitar "remeras o prendedores con imágenes de líderes o consignas revolucionarios". La publicidad, ilustrada con un hombre llamativamente parecido a Evo Morales, también hacía referencia a la precariedad laboral por la que atraviesan inmigrantes latinoamericanos en nuestro país. En ese sentido podría leerse como una crítica al soslayamiento mediático de algunas problemáticas graves, que posibilitan la aparición de emprendimientos comerciales como el sitio parodiado (número 89 – 18/8/06, pág. 12).

"*Clarín* -continúa Marchetti- me parece un milagro. No llego a comprender realmente dónde está el límite. Muchos hablan de cuáles son los límites de *Barcelona*… yo no sé

[138] Entrevista a Ingrid Beck; op. cit.

cuáles son los límites de *Clarín*… qué es desidia, qué es alevosía, qué es premeditado, qué es inconsciente…"[139]

Detalle

CLAVES DEL REVÉS EN LA CORTE INTERNACIONAL DE JUSTICIA POR LAS PAPELERAS

La falta de pruebas fue el punto débil de la demanda argentina en La Haya

Clarín, 16 de julia de 2006.

Más allá de los errores gubernamentales, el irónico "detalle" al que alude *Barcelona* muestra desidia en la manera de titular y falta de rigurosidad en la profundización del problema (número 89 – 18/8/06, pág. 18).

Adelanto

Un alumno amenazó con matar hoy a todos sus compañeros

Clarín, 20 de noviembre de 2007.

El título desconcierta no sólo por la noticia que "anticipa", sino también por los interrogantes que despierta en cuanto a cómo -y cuándo- esa información fue procesada en la redacción (número 124 – 21/12/07, pág. 31).

Marchetti señala como ejemplo de sus críticas a ese "anti-periodismo" uno de los titulares del diario: "Por poco no chocan dos aviones en el aire" (*Clarín*, 28/4/07. Citado en *Barcelona*, número 108 – 11/5/07, pág. 19). Entre risas, explica: "ni hablar de que 'por poco no chocan' significa que chocaron. Pero supongamos que dijera 'por poco chocan'… ¿Cómo 'por poco chocan'? ¿Quién me lo está diciendo? ¿Un diario impreso con un cronista y un editor o un tachero?... Hay una falta absoluta de rigor, usan el lenguaje más llano y vulgar en los títulos. Y no lo digo sólo porque me irrite el lenguaje, sino por la imprecisión, que a los efectos periodísticos es lo peor que podés hacer"[140].

Salomónico

Ordenan la gradual restitución de un bebé

orenses de la Justicia san- de 10 meses, que –según denun-

Clarín, 11 de agosto de 2006.

En agosto de 2006, la Justicia santiagueña elaboró un cronograma para que un bebé fuera reinsertado en su hogar biológico. En este título, el principio de concisión conspiró contra la precisión informativa, al punto de sugerir una noticia incomprensible, involuntariamente cómica (número 89 – 18/8/06, pág. 18).

[139] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit.
[140] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit.

Los especialistas en el idioma, movidos por la indignación

Por "lesiones graves a la lengua castellana", la Real Academia Española le inicia juicios al Roña Castro, al Beto Alonso y a "Clarín"

Según se supo de fuentes casi inobjetables, la Real Academia Española formulará, en los próximos días, severas denuncias penales contra personas e instituciones argentinas por "demoler el castellano a fuerza de insensatez gramatical, pobreza inaudita de vocabulario y maltrato sintáctico". Dos bufetes de abogados especializados en delitos contra el idioma trabajan contrarreloj para presentar las demandas, que involucrarán al Roña Castro, al Beto Alonso y a *Clarín*. Según los estudios realizados por la Academia, tanto Castro como Alonso usarían 92 palabras en total, mientras que el vocabulario del matutino alcanzaría los 97 términos; respecto del promedio de errores por oración, los tres acusados estarían muy parejos.

La noticia no cayó muy bien entre los futuros demandados. Un alto directivo de *Clarín* se declaró "sorprendido" por la **postura "injusta"** de la Academia. "Pensamos de que se han equivocado muy enormemente", sostuvo con un **gesto de desagrado**. "Para nosotros, la excelencia en el lenguaje del diario **es cosa seria** y le damos muchísima bola", prosiguió. "Por ello, todos los redactores tienen en sus computadoras **los mejores correctores** de Word, que detectan al instante una partecita de los **gruesos errores** que cometen en sus textos", se ufanó. Por su lado, Alonso, cuando le avisaron que en la Academia estaban molestos con él, respondió, **enigmáticamente**, que eran "cosas del fulbo (sic)". El Roña Castro sólo **atinó a golpear** a quien le comunicó la novedad hasta transformarlo en **un guiñapo sanguinolento**.

Según se pudo saber de **fuentes fidedignas**, la denuncia será presentada en la corte internacional de **La Haya** y en los **tribunales argentinos**. En el escrito, las palabras más duras van **dirigidas al diario** *Clarín*, al que la Academia acusa de "difundir cada día, entre millones de personas, innumerables aberraciones idiomáticas. Las **operaciones de prensa**, los **chivos** y la **carne podrida** que publica este diario están plagados de errores ortográficos, morfológicos y sintácticos, que al propagarse asestan un **duro golpe al idioma**", agregan. Un experto sostiene, *off the record*, "que si los redactores del diario no tuvieran el corrector de Word, probablemente *Clarín* parecería **escrito en húngaro**".

En cuanto a Castro y a Alonso, la Academia los responsabiliza por "verter sus **desagisados idiomáticos** en la sociedad mediante los medios de divulgación masiva. Peor aún, **ambos deportistas son ídolos** de los jóvenes, quienes, obnubilados por el amor a estas figuras, terminan imitando sus **deplorables errores y modismos**, derivando así en una rápida degradación del castellano", añade.

Para Miguel Concha de Orejuelas, **ex académico** de Número destituido por **comerse cuatro eses** durante un discurso, la situación es "límite", y asegura que "la depredación del idioma que **efectúan algunos argentinos** es comparable a un genocidio. Según los estudios, en la Argentina se pierde un **vocablo por día**, caído en el olvido por desuso, y se estima que, dentro de **una década**, sólo se usarán quince palabras, las cuales, sumadas a gestos y **sonidos guturales**, constituirán todo el arsenal comunicativo".

Eminentes estudiosos coinciden en que los argentinos hablarían un lenguaje "cada vez más de mierda"

Un grupo de filólogos, semiólogos y opinólogos elaboró un informe en el que se asegura que, "a nivel habla", los argentinos estarían "en su peor momento", y que el castellano medio que se utiliza en las ciudades sería "una completa garcha y una soberana poronga". Según los expertos, "los argentinos mostrarían un claro desprecio por la calidad de su comunicación, lo cual es una gran cagada", y culpan del fenómeno a "la decadencia de la lectura y a la nefasta influencia de la televisión, cuyo lenguaje es una mierda total".

La revista explicitó su postura ante la calidad informativa del matutino: "Las operaciones de prensa, los chivos y la carne podrida que publica este diario están plagados de errores ortográficos, morfológicos y sintácticos, que al propagarse asestan un duro golpe al idioma", habrían dicho desde la Real Academia. "Un alto directivo de *Clarín*" se justificaba: "Todos los redactores tienen en sus computadoras los mejores correctores de Word, que detectan al instante una partecita de los gruesos errores que cometen en sus textos" (número 111 – 22/6/07, pág. 11). *Barcelona* también considera que esa pobreza en el vocabulario está intrínsecamente relacionada con la forma de hablar de los argentinos.

Una radiografía crítica

¿Cambiar para que nada cambie? El kirchnerismo en agenda

El periodo 2003-2007 se caracterizó por un nuevo estilo de gestión respecto de los gobiernos de la década anterior. Uno de sus signos distintivos fue la reivindicación de la militancia setentista en los discursos oficialistas. La gran pregunta que pareció recorrer los textos *políticos* de *Barcelona* fue, sin embargo, en qué medida ese cambio acompañó una mejora en las condiciones de vida de los argentinos.

La revista relativizó la importancia de logros como el crecimiento de la economía, la baja en el desempleo y la política de derechos humanos, contraponiéndolos a los problemas que permanecían sin solución y que no parecían considerarse prioritarios, como la pobreza, la desigualdad y -a partir de 2006- la creciente inflación.

En realidad, *Barcelona* ya había fijado posición al comienzo del mandato de Néstor Kirchner: sólo diez días después de su asunción, tituló: "Advierten que el Gobierno no está impulsando una revolución socialista" (número 3 – 1/6/03, pág. 2). Cuatro años después, cuando concluía el periodo presidencial, la revista apeló a uno de sus recursos favoritos: el humor (casi) negro como vehículo para la crítica política:

Temen que, por el accidente cerebrovascular de Jorge Rivas, el Ejecutivo quede "acéfalo de socialismo"

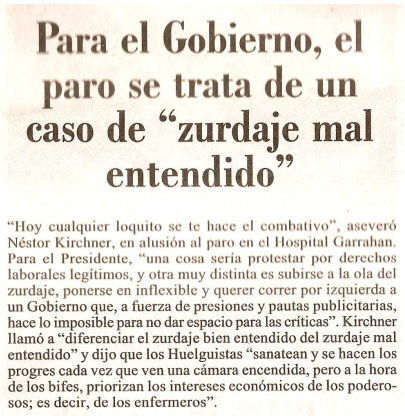
Horas de enorme tensión se vivieron en el Gobierno nacional cuando el vicejefe de Gabinete, Jorge Rivas, entró en coma por una golpiza que recibió cuando lo asaltaban. "Hemos hecho una revisión y no nos queda ni un mínimo de socialismo", informó Alberto Fernández a Néstor y Cristina Kirchner. Al cierre de esta edición, frente a la mejora del cuadro clínico de Rivas, el Gobierno trataba de estimar el grado de socialismo que conservaba el dirigente después del ataque y no descartaba la posibilidad de volver a convocar a la "transversalidad" para captar a otro dirigente socialista.

Después de la golpiza en la cabeza que el vicejefe de Gabinete sufrió el 13 de noviembre de 2007 a manos de dos desconocidos, el kirchnerismo "no descartaba la posibilidad de volver a convocar a la 'transversalidad' para captar a otro dirigente socialista" (número 122 – 23/11/07, pág. 5).

Con estas notas la publicación construyó su opinión sobre las reales intenciones de una gestión que nunca rompería con los lineamientos históricos del peronismo, tanto en sus vertiente de izquierda como de derecha. De hecho, las palabras "zurdaje"[141] y "progresismo" fueron utilizadas para dar cuenta de las antinomias y enemistades

[141] El uso irónico de este neologismo fue también una réplica a la ya histórica frase que Mirtha Legrand espetara con preocupación a la pareja presidencial: "¿Saben qué dice la gente? 'Se viene el zurdaje'...".

construidas por el oficialismo durante esos años: para *Barcelona*, el Gobierno seguía estando del lado de los poderosos . El conflicto con los trabajadores del hospital Garrahan a mediados de agosto de 2005 es un buen ejemplo:



Para el Gobierno, el paro se trata de un caso de "zurdaje mal entendido"

"Hoy cualquier loquito se te hace el combativo", aseveró Néstor Kirchner, en alusión al paro en el Hospital Garrahan. Para el Presidente, "una cosa sería protestar por derechos laborales legítimos, y otra muy distinta es subirse a la ola del zurdaje, ponerse en inflexible y querer correr por izquierda a un Gobierno que, a fuerza de presiones y pautas publicitarias, hace lo imposible para no dar espacio para las críticas". Kirchner llamó a "diferenciar el zurdaje bien entendido del zurdaje mal entendido" y dijo que los Huelguistas "sanatean y se hacen los progres cada vez que ven una cámara encendida, pero a la hora de los bifes, priorizan los intereses económicos de los poderosos; es decir, de los enfermeros".

Este episodio también permitió a la publicación ironizara sobre el accionar del entonces presidente Kirchner: "los huelguistas 'sanatean y se hacen los progres cada vez que ven una cámara encendida, pero a la hora de los bifes, priorizan los intereses económicos de los poderosos'" (número 63 - 19/8/05, pág. 3).

La revista *jugó* con la idea de "progresismo" en al menos dos sentidos: por un lado le permitió condensar los anhelos de cierta izquierda caracterizada por la debilidad y el fracaso de sus proyectos, y por el otro, criticar el comportamiento del oficialismo, que bajo un discurso de centro-izquierda propulsaba acciones económicas que no siempre coincidían con esa orientación.

La publicación hacía una curiosa comparación en su balance de 2007: "Blumberg deberá asumir los costos de haber sido descubierto como un falso ingeniero. Telerman deberá evaluar los costos de haber sido denunciado como falso licenciado. Y Kirchner deberá decidir si fue bueno pasar a la historia como un falso progresista" (número 124 – 21/12/07, pág. 11). La revista planteaba las mismas dudas sobre su esposa:

Frente para la Victoria

Luego de investigar si es realmente abogada, la Justicia se comprometió a investigar si Cristina Kirchner "es realmente progresista"

"Le vamos a tomar una muestra de sangre y otra de orina: si encontramos al menos un 10 por ciento de progresismo en la sangre y un 8 por ciento de progresismo en su orina, entonces podremos decir que el examen dio positivo y que Cristina Kirchner es progresista. Mientras tanto, tengo mis serias dudas", señaló un funcionario judicial que no quiso identificarse "por temor al juicio político". El funcionario reveló que, aunque ya no quedan dudas de que efectivamente la candidata es abogada, todavía hay muchos que ponen en duda su título de progresista. "Tengo la sensación de que el mote de 'progresista' está armado artificialmente: se aprovecharon de que una vez le dio un beso a Hebe de Bonafini y la empezaron a llamar así, pero para mí es chamuyo. En fin, los análisis dirán…", concluyó el anónimo funcionario.

"Tengo la sensación de que el mote de 'progresista' está armado artificialmente: se aprovecharon de que una vez le dio un beso a Hebe de Bonafini y la empezaron a llamar así, pero para mí es chamuyo", habría dicho un funcionario judicial (número 119 – 12/10/07, pág. 4).

Algunas de las "noticias" de la revista lograron sintetizar una crítica triple: al kirchnerismo como fuerza política, a la sociedad que lo votó y a la imagen que de ambos proyectaron los medios durante el periodo analizado. Por ejemplo, el título "Lanzan una línea de piqueteros semiblandos de clase media" (número 21 – 26/12/03), apuntó a la cooptación kirchnerista de la protesta social, la excesiva simplificación del lenguaje mediático y la volatilidad ideológica de algunos sectores de la población.

Redistribución K

Los periodistas de la revista remarcaron que en los años kirchneristas las relaciones de poder en la Argentina no sufrieron mayores alteraciones.

Barcelona

$3,40

Documento exclusivo, sin editar: las largas y tediosas desgrabaciones de los aprietes con que Alberto Fernández intimida a los periodistas

Para los analistas, "Néstor le dejó a Cristina la mitad del trabajo hecho"

LÁSTIMA

El Gobierno asegura que "la redistribución ya se hizo" pero que "lamentablemente no alcanzó para los pobres"

El Sidoso que se Empoma a Etchecolatz en la Cárcel: "Le estoy sacando lustre a mi poronga para cuando Von Wernich caiga por acá"

HOMENAJE

Dobal exige los mismos honores que Fontanarrosa

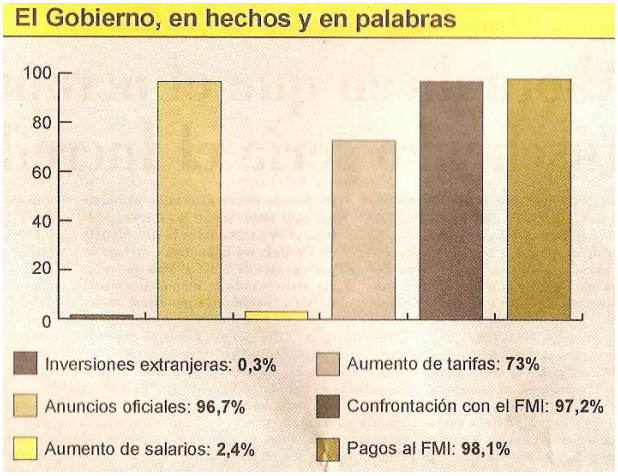
Además

Ahora dicen que el cambio recién empieza

Denuncian trato de gorriones

Número 114 – 3/8/07

Este posicionamiento también pudo observarse en títulos como "Euforia en el Gobierno por el aumento de salarios de 100 pesos y euforia en las privatizadas por el aumento de tarifas del 70%" (número 55 – 24/12/04, pág. 4). Y ciertas "estadísticas" avalaban la posición de la revista:



El nivel de "confrontación con el FMI" resultó alto, pero inferior al de "pagos al FMI" (número 55 – 24/12/04, pág. 7).

Para los editores, los años de gestión kirchnerista mostraron, en cierta medida, una continuidad de la política económica de los '90:

Frente para la Victoria

Kirchner amenaza con demostrar que Macri apoyó la privatización de YPF y la reelección de Menem

Indignado con quien considera un "personero de la nefasta época neoliberal de los 90", el presidente de la Nación está dispuesto a jugar muy fuerte con vistas al *ballottage* del 24 de junio. "Vamos a demostrar que ese señor que se dice representante de la nueva política apoyó la reelección del mismísimo Carlos Menem. Y también la privatización de YPF. Si hay algo que no toleramos es que aquellos que estuvieron comprometidos con el desguace del Estado y la fiesta menemista de los 90 nos vengan a decir lo que tenemos que hacer", remarcó Néstor Kirchner, mientras el jefe de Gabinete, Alberto Fernández, lo codeaba discretamente.

Antes de las elecciones a jefe de Gobierno porteño, un "olvidadizo" Néstor Kirchner habría dicho: "si hay algo que no tolero es que aquellos que estuvieron comprometidos con el desguace del Estado y la fiesta menemista de los 90 nos vengan a decir lo que tenemos que hacer" (número 110 – 8/6/07, pág. 4).

Las prioridades de gestión siempre estuvieron claras para *Barcelona*. Con la crudeza que la caracteriza, a fines de 2005 tituló: "Néstor Kirchner: Le pagamos al Fondo porque los lobbistas del FMI meten más presión que los desnutridos microcéfalos de Chaco y Tucumán'". La revista apelaba a su cinismo descarnado para describir una actitud que consideraba cínica en sí misma.

El crecimiento de la macroeconomía y la recuperación de algunas industrias no eran, para *Barcelona*, motivos suficientes para hablar de una mejora en el nivel de vida de los argentinos. En noviembre de 2007 festejaba con sarcasmo en una de sus volantas de página: "¡Qué bueno que la industria automotriz bata récords!" (número 122 – 23/11/07, pág. 18).

La revista también puso en duda las informaciones sobre un supuesto *boom* consumista en el periodo analizado, en su nota "Los hábitos de consumo de los argentinos: por qué a la mayoría les encantaría adquirir un plasma pero muchos cuentan las monedas para

adquirir polenta" (número 114 – 3/8/07, págs. 10 y 11). En el texto se menciona a una consultora que asegura que "más allá de los números que se manejan en el Ministerio de Economía, los argentinos que tienen sus necesidades básicas insatisfechas siguen siendo mayoría. En algunos casos, se trata de las necesidades básicas de plasma; en otros, tal vez la mayoría, se trate de las necesidades básicas de nutrientes y vitaminas" (número 114 – 3/8/07, pág. 10). *Barcelona* cuestionaba así las estadísticas oficiales sobre pobreza.

Corrupción K

Barcelona también puso en duda la promocionada idea de una gestión kirchnerista proba, lejano a la corrupción que había caracterizado al menemismo. Cuando el escándalo por la valija de Antonini Wilson[142] estalló en los medios, publicó esta tapa:

Un comentario ácido sobre la corrupción durante el kirchnerismo, en contraposición a la estafa durante el delarruisimo (número 115 – 17/8/07).

La revista remarcó que, aún en los casos donde hubo indicios de corrupción por parte del Gobierno, sus principales funcionarios salieron indemnes. En una nota referente al "caso Skanska"[143] incluyó este recuadro:

[142] En agosto de 2007, el empresario venezolano intentó ingresar a la Argentina una valija con 800 mil dólares en efectivo. Ese dinero, aseguraron tanto él como el FBI, estaba destinado a la campaña presidencial de Cristina Fernández.
[143] La empresa sueca reconoció en marzo de 2007 "pagos indebidos" en la ampliación de un gasoducto impulsado por el Ministerio de Planificación.

Qué se escucha en las comprometedoras y espeluznantes escuchas telefónicas

"Ÿå ëštá tødø årrëglådø cøn ël mÿnÿštrø Dë Vÿdø", es la críptica frase que una voz con glacial acento escandinavo reitera en una de las grabaciones telefónicas que la Justicia analiza. "Ëš måš ø mënø§ la mi§ma guÿta que lå quë ën løš nøvëntå åcørdåbåmoš tødø cøn ël Türcø", continúa la incomprensible voz nórdica, en declaraciones que según fuentes judiciales, serían una prueba inequívoca de que "algo raro hubo".

Por su parte, el Gobierno aportó a la causa otras escuchas realizadas por espías de la Side, en las que otra voz, también con inconfundibles modismos suecos, sostiene: "Løš únÿcøš culpåblëš fuërøn Fulvÿø *Pånchø* Mådårø y Nëštør *Përëjÿl* Ulløå, ëlløš cøbrarøn løs 30 mÿllønëš de dólårëš dë cøÿmå, y nø dëjarøn nÿ un mišerø centavø pårå §uš šuperÿørëš del Mÿnÿ§terÿø de Plånÿfÿcacÿón y dë lå Cå§å Røšådå; ën otrāš pålåbrāš, Kÿrchnër y Dë Vÿdø nø tÿënën nådå quë vër ën ëštë nëgøcÿadø".

Pruebas. Estos casetes podrían revelarlas si se entendiera lo que hay en ellos.

En un no tan disfrazado idioma sueco, se adivina la frase "Ya está todo arreglado con el Ministro [de Planificación, Julio] De Vido", aunque "escuchas realizadas por espías de la Side" aseguran que "Kirchner y De Vido no tienen nada que ver con este negociado" (número 109 – 25/5/07, pág. 3).

Después del escándalo, el Presidente despidió al titular de ENARGAS, Fulvio Madaro, y al gerente de fideicomisos del Banco Nación, Néstor Ulloa. En una de sus volantas, la revista comentó: "¡Qué dos valiosos perejiles perdió el Gobierno con el caso Skanska!" (número 109 – 25/5/07, pág. 16).

La concepción de la política como un negocio quedaba explicitada en *Barcelona* con "El gran juego del oficialismo", cuyo objetivo era "obtener todas las cartas posibles y quedarse con toda la torta". Quien perdiera sus cartas "sólo podrá esperar a una nueva partida, o bien armar un frente opositor con las migajas del ARI, la UCR o los nonagenarios ex gobernadores provinciales del PJ" (número 113 – 20/7/07, pág. 13).

Con el clásico formato de las cartas para chicos, el "juego" buscaba describir las cualidades políticas y personales de los actores del oficialismo: había rubros como "Capital declarado a la Afip" o "Antigüedad como oficialista". La imposibilidad de éxito de la "transversalidad" era sugerida con los heterogéneos rótulos asignados a cada protagonista: "Menemduhaldismo K", "Camioneros K" o "Radicalismo K" (número 113 – 20/7/07, págs. 12 y 13).

Kirchnerismo y derechos humanos

A contramano de lo sugeriría el sentido común, *Barcelona* también criticó la política kirchnerista de derechos humanos, que podría resumirse como de persecución a mandos

medios y "vista gorda" ante los jerarcas[144]. La publicación cuestionó la concepción y la eficacia de las políticas implementadas en el área. De hecho, a fines de 2004 se preguntaba: "¿Cuántos genocidas están presos gracias a la excelente política de derechos humanos del Gobierno?" (número 55 – 24/12/04, pág. 7).

Blair: "Si hay un atentado en Londres, es culpa del IRA"

Barcelona TXT

Un personaje polémico

El Lápiz del Censo 80 queda detenido por una megacausa contra ex represores

Separan al "loco de la baz" y al "loco del martillo" para evitar una revolución en la cárcel

Ahora aconsejan no andar con el culo muy abrigado

El simpático personaje, en realidad, habría "marcado" gente durante la dictadura, además de escribirle los discursos a Leopoldo Galtieri. Con un enfoque humorístico, la revista cuestionaba la permanencia en libertad de los "peces gordos" (número 34 – 26/3/04).

A fines de 2006 criticaba cierta hipocresía en torno a la misma temática:

Miniturismo con memoria

Tras el fin de semana largo del 24 de marzo, el Gobierno planea un feriado para recordar la represión en Santa Cruz.

El Presidente reivindicaba a las víctimas del terrorismo de Estado, pero su provincia no fue un bastión de los derechos humanos. En febrero de 2006, un enfrentamiento entre petroleros y policías terminó con la muerte del suboficial Jorge Sayago en la localidad santacruceña de Las Heras. En octubre del año anterior, manifestantes que bloqueaban la empresa petrolera Termap habían denunciado torturas en comisarías de Caleta Olivia (número 98 – 22/12/06, pág. 5). La revista tituló en marzo del año siguiente: "Memoria. El gobierno promete que, si reprime en Santa Cruz, inmediatamente construirá un museo para recordar a las víctimas" (número 105 – 30/3/07).

[144] Esta estrategia fue modificada parcialmente durante el gobierno de Cristina Fernández: en agosto de 2008, por ejemplo, se condenó a reclusión perpetua a los represores Luciano Benjamín Menéndez y Antonio Domingo Bussi.

El caso Julio López

Barcelona hizo reiteradas alusiones a la desaparición de Julio López, un importante testigo en el juicio al represor y ex comisario de la policía bonaerense Miguel Etchecolatz. El albañil de 77 años fue visto por última vez en su casa el 18 de septiembre de 2006, en la mañana de los alegatos en ese juicio oral. Para la revista, su ausencia se convirtió en el símbolo de una política reivindicada como exitosa desde el oficialismo, pero cuyos resultados no eran tan satisfactorios. De esta forma cuestionaba la respuesta del matrimonio presidencial ante lo sucedido:

En su gira internacional previa a la campaña presidencial, la entonces Primera Dama habló sobre la importancia de respetar los derechos humanos, pero *Barcelona* puso en duda su real compromiso en el área (número 102 – 16/2/07).

Por otro lado, la revista consideró que la estrategia del oficialismo fue usar la desaparición de López como "cortina de humo" ante otros temas importantes para el país (número 103 – 2/3/07).

Avances significativos en una causa que preocupa al país

En el Gobierno tienen la "plena certeza" de que Julio López "estaría en algún lugar"

Ya casi se acabaron, en el Gobierno, las dudas y las incógnitas. Según una fuente con llegada directa al despacho presidencial pero con ingreso vedado a otras dependencias, "este es un momento de certezas y de realidades concretas". "Por ciertos comentarios que nos han llegado y por algunas cositas que oímos por aquí y por allá, podemos afirmar taxativamente que Julio López está en algún lado, de algún modo, de una u otra forma, e incluso con un grado mayor o menor de putrefacción, pero está. Y eso es lo que importa", sostiene la fuente, emocionada como pocas veces. En estos días, las filas kirchneristas exudan un evidente optimismo respecto del caso.

Varios voceros gubernamentales se muestran radiantes. "Queríamos mostrarle resultados a la sociedad, sobre todo en un tema tan duro como este, y los resultados están ahí", confía un importantísimo asesor de la Casa Rosada, sin especificar demasiado a qué resultados se refiere. Por su parte, un alto funcionario confiesa: "Es cierto que tuvimos momentos de dudas y de desazón, pero ahora estamos confiados y enfrentamos el caso López con calma, con tranquilidad e incluso con abulia, molicie, dejadez y lasitud". Para un encumbrado funcionario del área de Derechos Humanos, "las cosas están a la vista. Este Gobierno no podía permitir que Julio (por López) desapareciese, se volatilizara, se desmaterializara. Y no lo ha permitido. Entonces, lo que hemos logrado nos llena de orgullo y nos deja el sabroso gustito del deber casi cumplido".

Los organismos de derechos humanos estuvieron a punto de festejar la novedad, pero prefirieron, a último momento, reflexionar "un poquito" sobre las últimas informaciones oficiales antes de descorchar, de acuerdo con los dichos de un dirigente, "un exquisito espumante bien frappé". La titular de una de las principales asociaciones del sector asegura que no es tiempo de falsas euforias: "No queremos entusiasmarnos vanamente, pero es inevitable que renazcan las esperanzas. El hecho de saber que Julio (López) está, existe, tiene entidad, nos llena de regocijo y nos da más fuerzas para seguir luchando. De todos modos, cautelosos, en este caso hemos decidido modificar nuestro eslogan y ahora repetimos: aparición con vida, o como sea, de Julio López".

Según comentó uno de los familiares de López, los seres queridos del albañil tampoco habrían perdido las esperanzas. "Confiamos en las gestiones que Cristina (Kirchner) está realizando en las más coquetas tiendas y shoppings del Primer Mundo", sostuvo, con visible emoción, un primo hermano de López que pidió no ser identificado. "Pero es cierto que, para continuar en nuestra espera, necesitamos una prueba contundente por parte de los secuestradores: un dedo de Julio, una oreja, un pie y, por qué no, el cuerpo entero", concluyó.

El uso del potencial sirve en este caso para criticar la ineficacia de la búsqueda del testigo desaparecido. *Barcelona* aprovechó el tema para volver a mostrar su costado más incorrecto: parafraseando al alegato de Jorge Rafael Videla durante el juicio a las Juntas, desde los organismos de derechos humanos habrían dicho que "el hecho de saber que Julio (López) está, existe, tiene entidad, nos llena de regocijo" (número 108 – 11/5/07, pág. 3).

Más tarde, la revista deslizó que no sólo había negligencia en la búsqueda de López:

Continúael misterio sobre la desaparición del testigo contra el represor Etchecolatz

Los ex torturadores y ex agentes de tareas que buscan a Julio López aseguran que "no existe la más mínima pista sobre los autores del secuestro"

"No tenemos la menor idea sobre quiénes podrían haber secuestrado a Julio López." Con esta frase, que diversas fuentes califican de "lapidaria", miembros de las Fuerzas de Seguridad que trabajan en la búsqueda del albañil desaparecido expresaron su total incertidumbre respecto del caso. "Durante muchos meses vigilamos a la peligrosa Mafia del Fratacho, porque pensamos que por ahí podía venir la cosa; luego, seguimos a la violenta Mafia del Testigo Judicial, pero tampoco; finalmente, nos hemos dado cuenta de que no tenemos la menor idea o hipótesis que nos permita dar con los autores del hecho", sostiene, entre preocupado y jocoso, un prestigioso ex torturador que dirige uno de los equipos de investigadores.

López fue secuestrado hace un año, tras haber sido testigo clave en el juicio contra el ex comisario Miguel Etchecolatz. Un ex comandante de un grupo de tareas, hoy encargado de las pesquisas, reconoce su preocupación: "Luego de tanto tiempo, mis hombres están comenzando a perder las esperanzas de encontrar a este viejo de mierda. Desde que se cayeron las pistas principales, los noto abúlicos y desganados, hasta el punto de que ya ni se entusiasman cuando hay que aplicar tormentos a detenidos", confía.

Por su parte, un destacado ex represor que participa en la búsqueda se muestra desolado. "Es horrible lo que ha pasado con López", sostiene, abatido por el dolor. "Eso de ir a Tribunales a buchonear a un colega nuestro, a un prócer como Miguel (por Etchecolatz), no está nada bien", dice, mientras juega con su Mágnum 47. Respecto de la falta de pistas que permitan dar con el albañil, el agente dice: "Qué va'cer. Son cosas que pasan".

Torturados. Así están los servicios por no encontrar a López.

"Un ex comandante de un grupo de tareas, hoy a cargo de las pesquisas, reconoce su preocupación: 'Luego de tanto tiempo, mis hombres están comenzando a perder las esperanzas de encontrar a este viejo de mierda'" (número 118 – 28/9/07, pág. 3).

Cuando ya quedaban pocas esperanzas de encontrar al testigo, publicó lo siguiente:

Política de Derechos Humanos: se viene el monumento a Julio López

"Algo tenemos que hacer", dijo el secretario de Derechos Humanos, Eduardo Luis Duhalde. "Todo está guardado en la memoria", replicó, conmovida, Cristina Fernández, que posee en la quinta de Olivos la discografía completa de León Gieco. Para que nadie se olvide nunca de Julio Jorge López, el próximo Gobierno erigirá un monumento al testigo del juicio contra Miguel Etchecolatz en alguna plaza de Buenos Aires. La construcción del monumento, aclaró la Presidenta electa, no implica en modo alguno el cese de la búsqueda. "Le vamos a poner al lado un buzón, de manera que si alguien tiene información fehaciente sobre su paradero la pueda depositar allí", señaló.

"Le vamos a poner al lado un buzón, de manera que si alguien tiene información fehaciente sobre su paradero la pueda depositar allí", habría dicho Cristina Fernández (número 122 – 23/11/07, pág. 3).

La desaparición del albañil hizo que *Barcelona* incluyera a doble página otra manifestación de su incorrección política: "El gran juego de Julio López". Su tablero

estaba dividido como el del Juego de la Oca y tenía indicaciones como "[El ex gobernador bonaerense] Felipe Solá hace la plancha y no busca más a Julio López. Retrocede cuatro casilleros" o "[El periodista] Santo Biasatti no se ocupa de que la gente se acuerde de Julio López. Pierde dos turnos" (número 111 – 22/6/07, pág. 12).

Con esta sucesión de notas, la revista también fijaba posición respecto a la progresiva desaparición del tema en la prensa. El fracaso gubernamental, el "olvido" mediático y cierta social fueron criticados en el especial que la revista dedicó a "las 50 preguntas que nadie respondió en el 2007". A la incógnita sobre si "alguien está buscando a Julio López", *Barcelona* respondía "Muchísima gente. El tema es prioridad para el actual Gobierno, como fue prioridad, también, para el Gobierno anterior. Esto generó un muy buen clima entre la población, que es consciente de que cuando un tema es prioridad para un Gobierno, enseguida pasa a ser una prioridad para toda la sociedad" (número 124 – 21/12/07, pág. 4).

Un "caso Julio López II" -ocurrido el 28 de diciembre de 2006, quince meses después del anterior secuestro- hizo que la revista profundizara su visión crítica de la política gubernamental de derechos humanos. Luis Gerez, otro albañil que había acusado por torturas al ex subcomisario Luis Patti, estuvo desaparecido durante dos días. Media hora después de que Néstor Kirchner acusara del hecho a "grupos paramilitares y parapoliciales" por cadena nacional, el testigo apareció. Las teorías sobre su liberación fueron contradictorias y los investigadores no descartaron un "autosecuestro". Esa segunda y fugaz desaparición fue interpretada por *Barcelona* como la confirmación de que ciertas políticas oficiales oscilaban entre la ineficiencia y la deshonestidad:

Para la revista, la búsqueda de los culpables no estuvo bien direccionada (número 99 – 5/1/07).

Para los jurados, la ex estrella de 'Mesa de Noticias' "volvió con una gran actuación"

Aptra nominaría al Martín Fierro a Alberto Fernández de Rosa "por su labor en el caso Luis Gerez"

Las chancles de Grande Pá descartan un autosecuestro y cuestionan a Luis Patti

El actor Alberto Fernández de Rosa, militante kirchnerista y amigo de Gerez, fue el vocero del caso ante los medios. Ante las sospechas de Luis Patti sobre la desaparición del testigo, *Barcelona* imaginó una respuesta de las ex compañeras de De Rosa en el programa "¡Grande Pá!": "Paco (por De Rosa) es incapaz de buscar beneficios políticos con una desgracia ajena" (número 100 – 19/1/07, pág. 17).

Un balance negativo

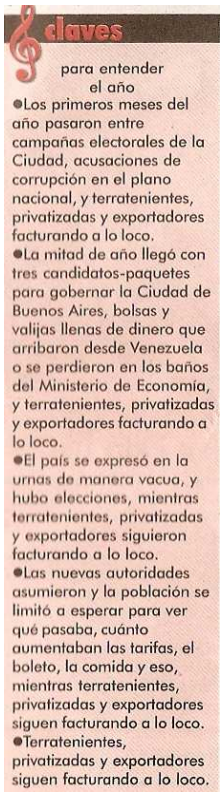
En su "Balance 2007", un texto apócrifo de Jorge Todesca (ex viceministro de Economía de Duhalde y presidente de la consultora financiera Finsoport) señalaba a modo de resumen pesimista de la gestión de Néstor Kirchner:

"Hay tensión en el área económica, y no sólo por la creciente demanda de aumentos de sueldos, sobresueldos y coimas por parte de los representantes de los trabajadores, sino, también, en el Indec, cuyos índices han sido cuestionados y hoy ya son elaborados a partir de técnicas confiables como las utilizadas en los Estados Unidos (…) Hay tensión en el ámbito de la Justicia en aquellas causas por violaciones a los derechos humanos, un área en la que el eficiente trabajo de este Gobierno está muy cerca de llegar a su fin ya sea porque de a poco los acusados van muriendo envenenados, como en el caso de Febres, o porque los testigos van desapareciendo, como en el caso de López" (…) En el único ámbito en el que no hay tensión es el energético, lo cual no necesariamente es bueno" (número 124 – 21/12/07, pág. 11).

Ese balance también se ocupaba del sector agropecuario, que durante la primera mitad de 2008 se convertiría en el principal escollo para Cristina Fernández de Kirchner:

"Hay tensión en el campo, cuyos representantes están dispuestos a demostrar que, a pesar de los magníficos márgenes de rentabilidad, siempre es posible reclamar más cuando el único límite para tanta voracidad es la capacidad del hangar donde estacionan sus aviones" (número 124 – 21/12/07, pág. 11).

Y finalizaba con un significativo resumen:



claves

para entender el año

- Los primeros meses del año pasaron entre campañas electorales de la Ciudad, acusaciones de corrupción en el plano nacional, y terratenientes, privatizadas y exportadores facturando a lo loco.
- La mitad de año llegó con tres candidatos-paquetes para gobernar la Ciudad de Buenos Aires, bolsas y valijas llenas de dinero que arribaron desde Venezuela o se perdieron en los baños del Ministerio de Economía, y terratenientes, privatizadas y exportadores facturando a lo loco.
- El país se expresó en la urnas de manera vacua, y hubo elecciones, mientras terratenientes, privatizadas y exportadores siguieron facturando a lo loco.
- Las nuevas autoridades asumieron y la población se limitó a esperar para ver qué pasaba, cuánto aumentaban las tarifas, el boleto, la comida y eso, mientras terratenientes, privatizadas y exportadores siguen facturando a lo loco.
- Terratenientes, privatizadas y exportadores siguen facturando a lo loco.

El año político tuvo distintos matices, pero estuvo signado por una constante (número 124 – 21/12/07, pág. 11).

Barcelona habla de la sociedad

Peronismo, derecha e izquierda

Aunque procuró hacer un análisis todo el espectro político argentino, *Barcelona* se centró en el peronismo, su relación con el kirchnerismo y la omnipresente influencia que mantiene sobre la política argentina. Estas tapas, de tres años distintos, resaltan las contradicciones e ironizan sobre los (no tan) *muertos políticos* del justicialismo:

En un primer momento, para tratar de sortear las desgastantes y prolongadas disputas al interior del justicialismo, Néstor Kirchner optó por la "transversalidad" entre partidos. Ante el fracaso de esta iniciativa, decidió volver a las fuentes peronistas (número 18 – 5/12/03).

Sobre el título se lee: "La ex presidenta dice que está cansada de 'las dirigentes que sólo son la mujer de'". El 25 de octubre de 2005 Cristina Fernández de Kirchner obtuvo una amplia diferencia sobre Hilda González de Duhalde en las elecciones legislativas de la provincia de Buenos Aires (número 61 – 8/7/05).

El 17 de octubre de 2006, el traslado de los restos del ex presidente a su quinta de San Vicente terminó con cuatro tiroteos, producto de una fuerte disputa gremial y política. La revista planteaba una "solución" al conflicto (número 94 – 27/10/06).

Para *Barcelona* siempre se mantuvo una constante: la falsa vocación transformadora del PJ, en cualquiera de sus vertientes.

El acuerdo con el ex comisario recalienta la interna y genera dudas

En el duhaldismo temen que la alianza con Patti le reste al PJ bonaerense el tradicional voto de centroizquierda

Altas fuentes duhaldistas calificaron como "un arma de doble filo" al reciente acuerdo entre Hilda *Chiche* González de Duhalde, y Luis Abelardo Patti. "El votante de centroizquierda, que habitualmente se identifica con políticas socialdemócratas y que siempre nos respaldó, puede mostrarse un poco desconcertado con este brusco viraje: va a ser necesario aclararle que la vocación por cambiar el mundo inherente a nuestro proyecto permanece intacta", explican operadores cercanos al ex Presidente y ex gobernador de la provincia de Buenos Aires, Eduardo Duhalde.

Un dirigente muy poderoso del peronismo bonaerense, que no quiso dar a conocer su identidad, señaló que el tema de la posible dilución ideológica de este movimiento fue "muy conversado" entre sus principales referentes.

"Las alianzas electorales son gestos pragmáticos que uno hace con el objeto de seducir a los votantes de diferentes tendencias: pero hay que tener mucho cuidado con eso, porque si no cualquiera puede pensar que nuestro partido es una bolsa de gatos donde lo único que importa es la caja", aseguró la alta fuente cercana al ex gobernador Eduardo Duhalde, a la salida de un seminario sobre el pensamiento de Rosa Luxemburgo realizado en la Unidad Básica "Mayo del 68", de Ingeniero Budge.

La reacción de los militantes

La participación activa del ex comisario Luis Abelardo Patti en la represión durante la dictadura militar, incluyendo los asesinatos de los dirigentes montoneros Osvaldo Cambiasso y Eduardo Pereira Rossi, fue "la gota que rebasó el vaso" para numerosos militantes justicialistas. "Los tipos que siguen a Manolo Quindimil no están dispuestos a tragarse un sapo como ése así como así: saben que si uno tira los principios por la borda, después la militancia política se desvirtúa", razonó un avezado conocedor y estudioso del peronismo de Lanús.

La esperanza de los votantes

En la provincia de Buenos Aires, entonces, hay más de una voz descontenta con el acuerdo. Y si los partidarios del lomense Osvaldo Mércuri estaban que trinaban ante lo que consideran "una claudicación ética y política inaceptable", algunos seguidores del intendente de Avellaneda, Baldomero *Cacho* Alvarez, consideraron, *sotto voce*, que no se puede jugar de un modo tan cruel con la esperanza de los votantes. "Nosotros sabemos que seguimos siendo los mismos de siempre: militantes idealistas, soñadores lúcidos, hombres de bien. Pero no sólo hay que ser honesto, también hay que parecerlo, y ahí es donde el apoyo de Patti puede hacerles un poco de ruido a los peronistas de la provincia."

"Cualquiera puede pensar que nuestro partido es una bolsa de gatos donde lo único que importa es la caja", pero "la vocación por cambiar el mundo inherente a nuestro proyecto permanece intacta", habría confesado una "alta fuente" vinculada a Eduardo Duhalde (número 63 - 19/8/05, pág. 3).

La revista construye al peronismo como un movimiento ávido de poder y dinero, en una suerte de travestismo ideológico que no reconoce compromisos ni lealtades.

Delibera la rama diabólica del peronismo

Con la asistencia de algunos dirigentes extrapartidarios en calidad de invitados, comenzaron –en Potrero de los Funes, provincia de San Luis– las reuniones tendientes a constituir una fórmula presidencial que represente al llamado "peronismo diabólico" en los comicios del 28 de octubre. "Aspiramos a encontrar una síntesis entre la malignidad de Menem, la iniquidad de Rodríguez Saá, la fortuna de Puerta y la criminalidad de Sobisch", explicaron.

Barcelona nombró "peronismo diabólico" al conjunto de ex gobernadores y dirigentes del PJ *unidos por el espanto* ante la hegemonía del kirchnerismo. Drácula y El Guasón aparecían como "extrapartidarios" (número 113 – 20/7/07, pág. 5).

También abundan las críticas a ciertos gremialistas. En la bajada de la nota sobre el tiroteo de San Vicente se publicó que "el sindicalismo peronista tiene asegurada la continuidad de los valores que lo han hecho inquebrantable: la transa, los subsidios, el aparato y la patota" (número 94 – 27/10/06, pág. 2). En la página siguiente *Barcelona* proponía un identikit, con falso orgullo y humor corrosivo, de quienes señalaba como responsables de la violencia durante el kirchnerismo:

Quién es quién en el mundo de los puños y de los tiros

Armando Cavalieri
Un caso que confirma que los matones no viven sólo en el peronismo y el sindicalismo. Y así como se puede ser matón y empresario, con Cavalieri queda claro que también se puede ser sindicalista y empresario.

Mauricio Macri
En su triple condición de empresario, dirigente de fútbol y dirigente político, Mauricio Macri es uno de los personajes que más utiliza los servicios de los hombres de puños duros y armas de grueso calibre.

Luis Barrionuevo
La quema de urnas en Catamarca fue su mayor hit. "Pero hacía tiempo que Luisito venía practicando esa metodología en las elecciones del gremio de Gastronómicos", aclara un dirigente barrionuevista.

José Luis Lingieri
"Algunos creen que Lingieri empezó a hacer gala de sus dotes de matón recién ahora, que es un dirigente importante", explica un allegado al secretario adjunto de la CGT. "Y nada que ver, él empezó mucho antes."

Gerardo Martínez
A pesar de que fue el gran derrotado en la batalla de San Vicente, los analistas creen que su capacidad de apriete y golpiza continúa intacta. "Mis muchachos actuaron bien el 17 de Octubre, pero fueron superados por la fuerza de las balas", reconoce. Y advierte que la próxima vez él también va a llevar armas.

Tuta Mohamed
El combativísimo e hiperkirchnerista rompehuelgas del Hospital Francés construyó una sólida carrera como matón desde las sombras. Este amigo de Alberto Fernández recién saltó a la fama cuando le robó la gorra a un policía y aporreó a varios trabajadores del hospital que reclamaban por su continuidad laboral.

Camioneros
Los muchachos de verde tuvieron su día el 17 de Octubre en San Vicente, con lo que queda de Juan Domingo Perón como testigo privilegiado. A favor debe destacarse la utilización de armas de fuego, un clásico del peronismo de todas las épocas. En contra, la pésima puntería del compañero Emilio *Madonna* Quiroz.

La bonaerense
Sigue adelante en el ranking de patotas de todo el país y está entre las más importantes del continente, luchando codo a codo por el primer puesto con los narcos colombianos y las fuerzas parapoliciales de Brasil y Colombia. Entre sus logros más recientes están el fusilamiento de Maximiliano Kosteki y Darío Santillán.

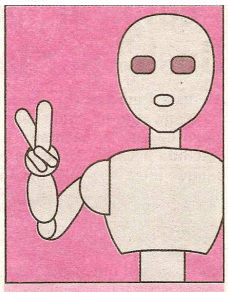
Después de la batalla entre sindicalistas, la publicación señalaba acerca de Gerardo Martínez, secretario general de la Unión Obrera de la Construcción: "Los analistas creen que su capacidad de apriete continúa intacta". Del lado de los Camioneros, liderados por Hugo Moyano, "debe destacarse la utilización de armas de fuego, un clásico del peronismo de todas las épocas" (número 94 – 27/10/06, pág. 3).

La revista continuó sus críticas al sindicalismo oficialista de la CGT con las siguientes volantas de página:

- "Por suerte la CGT de Moyano retomó la lucha obrera y se moviliza contra la personería gremial de la CTA" (número 114 – 3/8/07, pág. 3)
- "¿Qué es más probable: que la CGT vaya a la huelga o que Moyano abroche un ventajoso acuerdo con el Gobierno?" (número 124 – 21/12/07, pág. 16).

De esta manera, *Barcelona* criticaba a la central por ser una aliada del kirchnerismo y no una organización dedicada exclusivamente a la defensa de los trabajadores.

El fenómeno del peronismo también pudo leerse en *Barcelona* en relación a la naturalización de los imaginarios que sustentan cierto sentido común nacional. En una nota sobre "el argentino del futuro", se anticipaba la aparición de este sujeto robotizado:

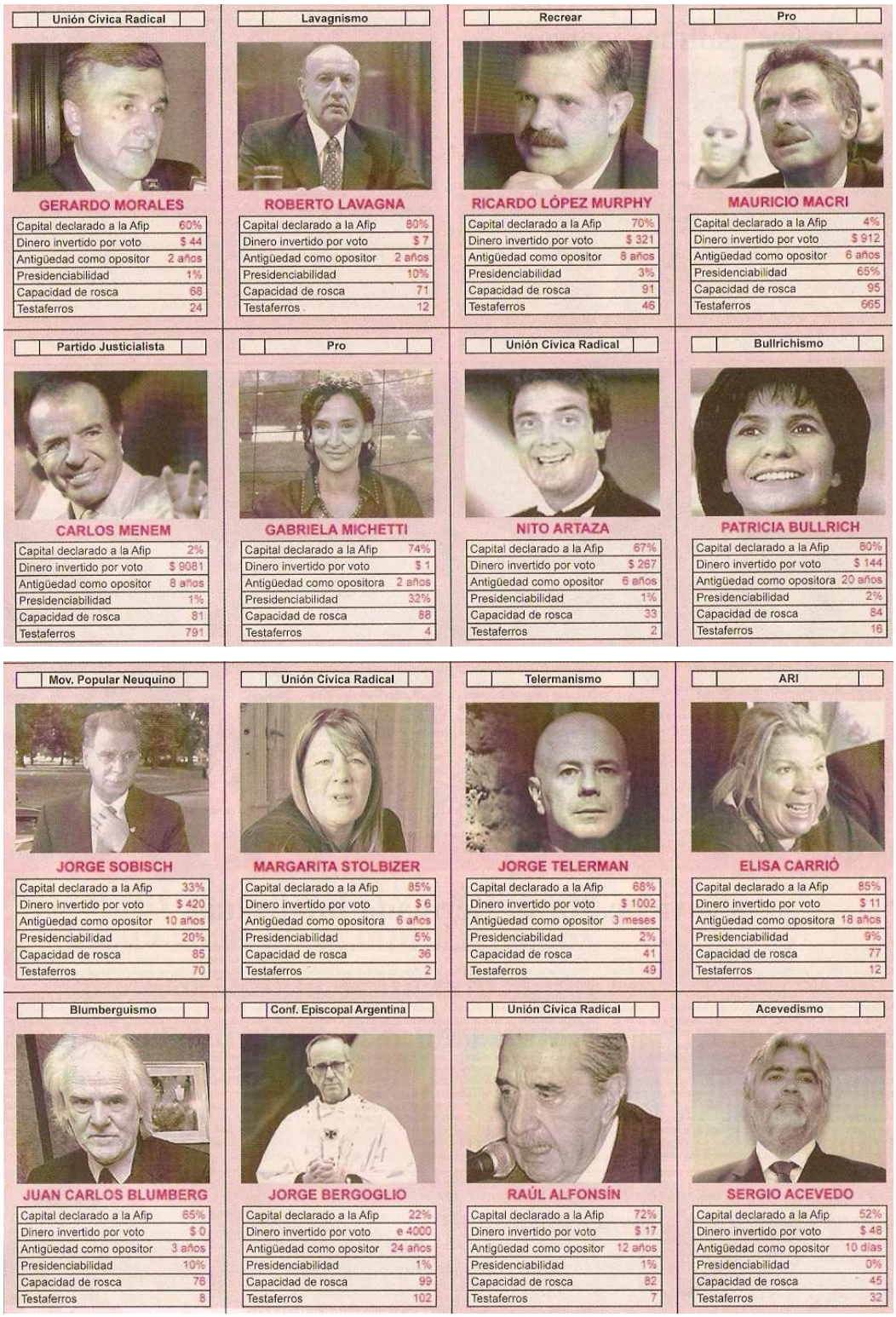


Pensará que "aquí hace falta mano dura" y votará al peronismo.

A diferencia de los argentinos de la actualidad, preferirá las consignas políticas sencillas, lejos de cualquier razonamiento complejo sobre la sociedad. Sus frases preferidas serán "en este país no labura el que no quiere", "este es un lindo país, lástima que esté lleno de argentinos", y "el problema son los negros de acá". La coincidencia con el argentino actual es que seguirá votando al peronismo porque, dirá, "es el único en el que están preparados para gobernar".

En el futuro, un argentino "preferirá las consignas políticas sencillas, lejos de cualquier razonamiento complejo sobre la sociedad" y, aunque resignado, "seguirá votando al peronismo, porque, dirá, 'es el único en el que están preparados para gobernar'". La parodia al periodismo de anticipación se cruza con el pesimismo sobre los comportamientos políticos en el país (número 75 – 3/2/06, pág. 8).

El hecho de que *Barcelona* criticara con dureza tanto al kirchnerismo como al peronismo tampoco implicó un trato benévolo hacia sectores más dispersos, que no lograron conformar una alternativa sólida. En la línea de los anteriores, "El gran juego de la oposición" planteaba como objetivo "obtener todas las cartas y quedarse con todo el poder". Al que perdía "sólo le quedará esperar a una nueva partida, o bien transar con el Gobierno" (número 112 – 6/7/07, pág. 13).



Este "collage" opositor daba cuenta de la fragmentación -o desorientación- de quienes se oponían a Néstor Kirchner. La "capacidad de rosca" y los "testaferros" no fueron suficientes para que la UCR o el "Blumberguismo", por ejemplo, se erigieran como opciones atrayentes para los votantes. La Conferencia Episcopal aparece dentro del arco opositor, con una "antigüedad" de 24 años, el mismo tiempo transcurrido desde la vuelta de la democracia (número 112 – 6/7/07, págs. 12 y 13).

En referencia a los intentos de la oposición para conformar un bloque único en el Congreso, la revista "citó" a un dirigente del Pro que confesaba su objetivo: "Conformar un amplio rejunte de garcas, gorilas, coimeros, evasores, impresentables, capaces de rapiñar todo lo que ande dando vueltas, porque no nos interesa mirar hacia octubre, sino ser capaces de chorear el país este año, el año que viene y los años siguientes" (número 111 – 22/6/07, pág. 2).

Barcelona también buscó explicitar los pensamientos reaccionarios de candidatos que se esmeraron por mostrar rostros más "humanos":

Macri afirma que al delito "hay que atacarlo en sus causas sociales más profundas, como el color de piel o la nacionalidad"

El candidato a jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires por el PRO, Mauricio Macri, aseguró que la futura policía de la Ciudad de Buenos Aires "no será suficiente" para acabar con la inseguridad. Para Macri, "se hace necesario extirpar el mal de raíz y apuntar a las causas. Quiero decir, la Reina del Plata no se hizo para que la recorran bolivianos, paraguayos, peruanos, gente de piel cobriza en general... Esos son los verdaderos males sociales, y sólo atacándolos vamos a lograr salir adelante".

En sintonía con el pensamiento de algunos de sus votantes, el entonces candidato a jefe de Gobierno habría dicho que "la Reina del Plata no se hizo para que la recorran bolivianos" (número 107 – 27/4/07, pág. 5).

Peronismo Diabólico-Movimiento Provincias Unidas

Jorge Sobisch: "Debería haber esperado hasta después de las elecciones para matar a un maestro"

El candidato a presidente por la fracción Movimiento Provincias Unidas del Peronismo Diabólico, Jorge Sobisch, lamentó por anticipado el hecho consumado de que la fórmula que integra con el escritor Jorge Asís no llegará al balotaje. "Tal vez, si lo hubiera matado a Fuentealba más adelante, no estaría lamentando el resultado electoral que se avecina", especuló. Sobisch reconoció que le cuesta conciliar el sueño pensando en Fuentealba. "No puedo dormir cuando pienso que si lo hubiéramos secuestrado de noche y lo hubiésemos hecho desaparecer, no habría tenido que hacerme cargo", señaló.

Una referencia cínica sobre un crimen difícil de digerir para casi todos los argentinos (número 120 – 26/10/07, pág. 4).

En octubre de 2005 *Barcelona* tituló: "Duras acusaciones entre los 15 partidos de izquierda: algunos creen que Kirchner es un 'cipayo entregador' y otros, en las antípodas, creen que el Presidente es un 'entregador cipayo'" (número 68 – 28/10/05, pág. 1). Para la revista, ese sector continúa jaqueado por sus fragmentaciones y anacronismos.

Unas declaraciones que traen esperanza al electorado de izquierda

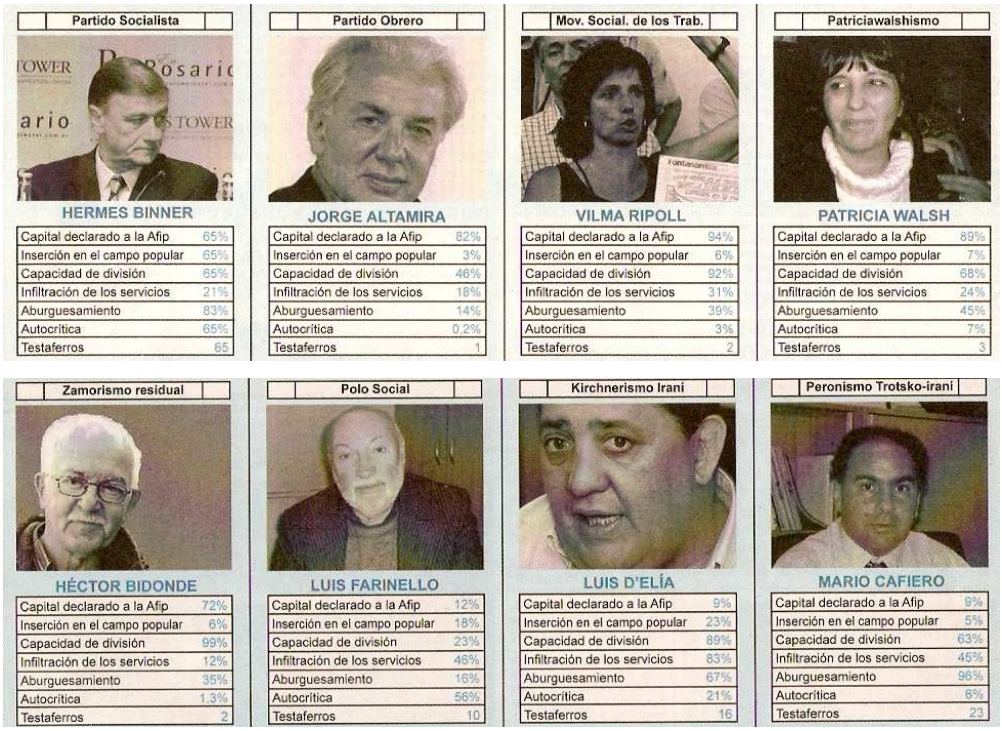
Zamora promete que luego de los comicios su partido no se dividirá en más de tres

"Sé que hemos cometido muchos errores, producto de nuestra inexperiencia, pero a partir de ahora las cosas van a ser distintas." Luis Zamora se mostró autocrítico en el comienzo de su campaña electoral para renovar una banca como diputado nacional por Autonomía y Libertad. "Luego de la elección pasada, nuestro partido se atomizó mucho", reconoció. "Pero esta vez estoy seguro de que no nos dividiremos más que por tres."

En declaraciones al blog de Luis Majul, el diputado tomó distancia del trotskismo tradicional: "Ellos se la pasan dividiéndose todo el tiempo y eso es de un dogmatismo inadmisible. Nosotros, inocentemente, caímos en los mismos vicios. Pero luego de esta elección la cosa va a ser distinta". Y prometió que, si realmente logran el caudal de votos previsto, "para la próxima elección tal vez logremos tener dos legisladores que sigan perteneciendo a un mismo bloque, e inclusive a un mismo partido".

Número 61 – 8/7/05, pág. 3

En el mismo sentido, "El gran juego de la izquierda" se burlaba de lo que consideraba un conjunto de buenas intenciones superadas por años de estancamiento e ingenuidad. El objetivo era "obtener todas las cartas y cambiar el mundo (…) El jugador que se queda sin cartas es expulsado del campo popular y pierde. Sólo podrá aguardar una nueva partida, o bien esperar sentado una nueva coyuntura prerrevolucionaria" (número 114 – 3/8/07, pág. 13).



Barcelona ridiculizaba a la izquierda con la inclusión de rubros como "inserción en el campo popular" y "autocrítica" (siempre bajas). Y se refería con sarcasmo a su "capacidad de división" (siempre alta), ubicando a sus representantes en sectores como "Zamorismo residual" o "Peronismo Trotsko-iraní" (número 114 – 3/8/07, págs. 12 y 13).

Antes de las elecciones, la revista acusaba a los candidatos de cierta endeblez teórica y práctica:

Lozanismo

Claudio Lozano asegura que cuenta con el apoyo de los militantes del campo popular, "que se sumarán no bien se establezca qué carajo es el 'campo popular'"

El candidato a jefe de Gobierno por el Lozanismo, el economista Claudio Lozano, expresó que su fuerza cuenta con el respaldo de los disidentes del ARI, de los viejos chachistas, de los radicales progresistas, la izquierda peronista y de una legión de militantes del campo popular que estarían dispuestos a sumarse con la única condición de que se delimite "qué mierda viene siendo el campo popular". Lozano se mostró confiado en que la presencia de María América González en su fórmula le granjeará "el voto 'rinconcito de los jubilados', sobre todo considerando que los jubilados desde hace cierto tiempo han dejado de creer que Fernando de la Rúa los defiende."

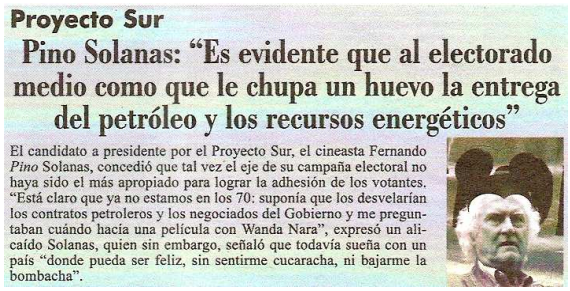
Barcelona se burló de la repetición acrítica de una de las fórmulas favoritas de la izquierda y el progresismo (número 107 – 27/4/07, pág. 5).

PTS-PO

Prometen que si se concreta el frente entre el cristiancastillismo y el Partido Obrero, el sistema pondrá las barbas en remojo

"Es un quilombo, yo ya saqué el pasaporte", confesó un asustado broker de la city. "Deberemos hacer lobby con nuestros amigos de las Fuerzas Armadas, como en los viejos tiempos", dijo *off the record*, un conspicuo hombre de la Sociedad Rural. Es que la posibilidad de un frente trotskista entre el Partido de los Trabajadores por el Socialismo y el Partido Obrero parece haber generado temor entre los habituales defensores del statu quo. Sin embargo, un importante empresario de un holding de telecomunicaciones admitió que todavía no está del todo asustado. "Terror, lo que se dice terror, tendría si al PTS y al PO se sumara la Liga Socialista Revolucionaria de José Castillo. Ahí sí que estaríamos jodidos", razonó.

"Terror, lo que se dice terror, tendría si al PTS y al PO se sumara la Liga Socialista Revolucionaria de José Castillo", habría dicho "un importante empresario de un holding de telecomunicaciones" (número 115 – 17/8/07, pág. 4). El sector se fragmentó hasta rozar la insignificancia electoral.



Proyecto Sur

Pino Solanas: "Es evidente que al electorado medio como que le chupa un huevo la entrega del petróleo y los recursos energéticos"

El candidato a presidente por el Proyecto Sur, el cineasta Fernando *Pino* Solanas, concedió que tal vez el eje de su campaña electoral no haya sido el más apropiado para lograr la adhesión de los votantes. "Está claro que ya no estamos en los 70: suponía que los desvelarían los contratos petroleros y los negociados del Gobierno y me preguntaban cuándo hacía una película con Wanda Nara", expresó un alicaído Solanas, quien sin embargo, señaló que todavía sueña con un país "donde pueda ser feliz, sin sentirme cucaracha, ni bajarme la bombacha".

Por último, la revista tampoco se olvidó de criticar a los votantes, quienes habrían preguntado al cineasta y candidato "cuándo hacía una película con [la *vedette*] Wanda Nara" (número 120 – 26/10/07, pág. 5).

El progresismo y la clase media

Las "noticias" de *Barcelona* podrían leerse como una gran burla a algunos de los mitos fundantes de la clase media, fundamentalmente al "progresisimo"[145] que la identificaría. Se trata de uno de los imaginarios más reproducidos -y ridiculizados- por la revista.

La razón de esta insistencia debería rastrearse en las propias características de sus lectores: "*Barcelona* trabaja con imaginarios que componen la constelación de un

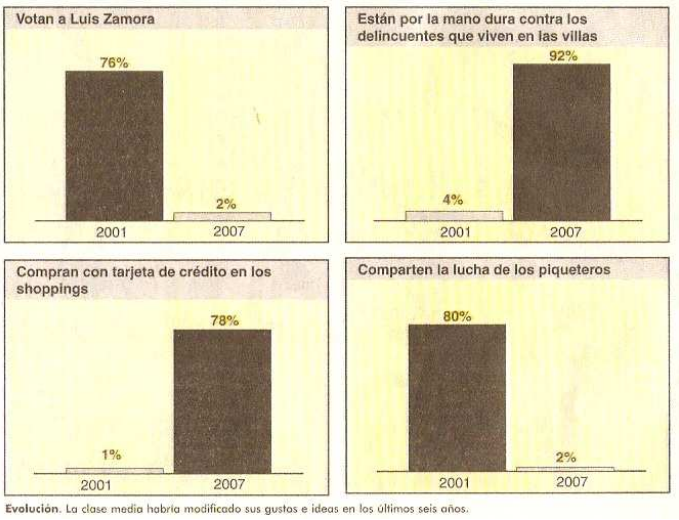
[145] Las dificultades para definir "progresismo" bien podrían empezar en el diccionario. Para la Real Academia es el conjunto de "ideas y doctrinas progresivas". Lo "progresivo", a su vez, es aquello "que avanza, favorece el avance o lo procura" o lo "que progresa o aumenta en cantidad o en perfección" (Diccionario de la lengua española; op. cit.).

sentido común instalado en una clase media urbana *progre*, que va desde los radicales de Franja Morada hasta los Jóvenes K, pasando por la izquierda no 'religiosa'. La revista no interpela a una señora salteña católica porque ella no pertenece al grupo de personas de las cuales se ríe, como el Che, Julio López o Daniel Filmus", señala Luis Alberto Quevedo[146].

Número 101 – 2/2/07

Barcelona volvía a ironizar sobre la volatilidad ideológica de los sectores blancos urbanos y la utópica comunión de clases de fines de 2001 y comienzos de 2002, época emblemática del "que se vayan todos". El título de la nota era aún más explícito: "Según un estudio, a la clase media argentina la divide 'la opinión sobre las torres en Caballito' pero la une 'el odio hacia los negros cabeza fumadores de paco que roban en los countries'" (número 101 – 2/2/07, págs. 2 y 3).

[146] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit..



Dos años muy distintos para la clase media (número 101 – 2/2/07, pág. 2).

La recuperación económica experimentada entre 2003 y 2006 por la clase media -"motor de la economía y termómetro del ánimo nacional"- la llevó a "un aumento en sus fantasías de acceder a niveles de consumo propios de las clases más acomodadas y, por ende, un cada vez mayor desprecio por las clases bajas" (número 101 – 2/2/07, pág. 3).

Ese ejemplar despertó una polémica entre el derrotado candidato a jefe de Gobierno porteño, Daniel Filmus, y el intelectual José Pablo Feinmann. Luego de que el primero mostrara su desacuerdo con la portada, Feinmann dijo que su reacción era "pura demagogia" y coincidió en *Página/12* con que "la clase media, con su renovada prosperidad, recobró su nivel habitual de fascismo"[147].

De forma quizá algo esquemática, el filósofo y escritor explicaba de esta manera el razonamiento por el cual Mauricio Macri habría ganado los comicios en la primera vuelta de junio de 2007: "en nuestra ciudad-lujo, la amenaza latente, los que pueden transformarse en furiosos musulmanes parisinos son los negros, la negrada, señores. Vote a Macri y la negrada no invade Buenos Aires. Y para impedir eso hay que tener mano dura"[148].

En esas elecciones *Barcelona* profundizó en su crítica ridiculizadora del "progresismo", con títulos como: "Filmus y Macri se disputan voto a voto al electorado porteño

[147] Feinmann, José Pablo; "La construcción de la derrota"; *Página/12*; 25/6/07.
[148] Feinmann; op. cit.

progresista que votó a Erman González en 1993 y a Fernando de la Rúa en 1996" (número 110 – 8/6/07, págs. 2 y 3). Un asesor en marketing de Macri "opinaba" que el ex presidente de Boca debía "decir cosas que los progres de Buenos Aires quieren escuchar, como por ejemplo que no vamos a permitir que los piqueteros corten las calles y, si es necesario, los vamos a correr con topadoras y a los tiros" (número 110 – 8/6/07, pág. 2). Y desde la oposición, pero en el mismo sentido, un asesor de Filmus se mostraba "confiado en medidas netamente de centroizquierda del Gobierno Nacional, como la represión en Santa Cruz" (número 110 – 8/6/07, pág. 3).

Barcelona se burló de la volatilidad ideológica de los porteños en estas tapas, que también criticaban la inconsistencia de los armados políticos:

Luego del secuestro y asesinato de su hijo, Juan Carlos Blumberg se convirtió en un importante -aunque efímero- referente social. Si bien el Gobierno observó sus posicionamientos con recelo, le concedió varias audiencias y auspició algunas de sus reformas legales de "mano dura" (número 47 – 3/9/04).

Barcelona ejerce una crítica permanente hacia las endebles posiciones ideológicas de dirigentes y votantes, manifiestas en las sucesivas debilidades políticas del país (número 48 – 17/9/04).

De modo drástico, la revista busca mostrar cuál es la escala de valores del ciudadano de Buenos Aires:

Barcelona
$3,40
Héroes igual: Argentina podría ser campeón del mundo si no le toca jugar con Brasil, Alemania, Italia, Holanda, Inglaterra, España o Francia
Oficialismo y oposición rehúyen el debate sobre los hocos caninos
MIERDA
Por qué la clase media porteña prefiere tener en su vereda excrementos de perro antes que personas sin hogar tomando vino
Felisa Miceli: "Renuncio a los honores pero no a la bolsa"
AMIA
Reactivan la pista de los casetes, pero no consiguen pasacasete
Adrenalina
La ola polar trajo mucho frío
Volver ganador
Cómo evitarlas en vacaciones
Ruanda, el país más infeliz

Número 113 – 20/7/07

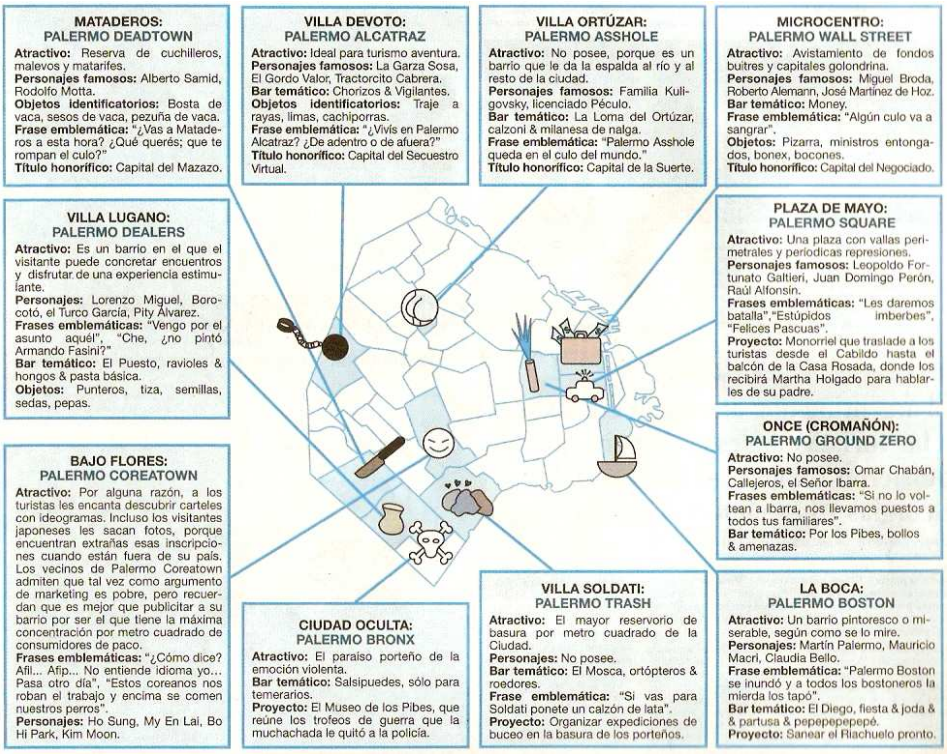
En varias ocasiones, la publicación apunta a una sociedad concebida como frívola y acrítica:

Convicciones políticas, en alza

Una encuesta revela que el 88 por ciento de los argentinos "aceptaría una dictadura a cambio de un televisor de plasma".

Número 98 – 22/12/06, pág. 6.

Las actitudes *snob* de algunos ciudadanos fueron otro blanco para *Barcelona*. Bajo el título "Cada vez más vecinos porteños reclaman que su barrio se llame 'Palermo' algo", la revista ridiculizó ciertas pretensiones de glamour primermundista, potenciada por las divisas que dejaba el turismo gracias al cambio favorable. "Los reclamos también piden que el Gobierno porteño reconozca alguna particularidad tanguera, gauchesca o gay a cada barrio para atraer una mayor cantidad de turistas", detallaba la nota.



El microcentro pasaría a ser "Palermo Wall Street", Ciudad Oculta, "Palermo Bronx", y Cromañón, "Palermo Ground Zero"(número 105 – 30/3/07, pág. 12). Los candidatos a jefe de Gobierno apoyan la iniciativa porque la consideran "más viable que soterrar los trenes, solucionar las inundaciones o construir complejos habitacionales'" (número 105 – 30/3/07, pág. 13).

Otro ejemplo al respecto fue una encuesta en la que la revista buscaba ridiculizar los prejuicios de clase de los porteños: "¿Qué debe hacer un ciudadano de bien que se topa en la calle con morochos o con cualquier otra persona que sea un delincuente en potencia? Entre las opciones para responder estaban "Gritar '¡Dale Boquita!' para congraciarse", "Disparar a matar" o "Convertirlos a la fe cristiana" (número 112 – 6/7/07, pág. 10).

El tema de los prejuicios de clase también se trató en el correo de lectores. En una de esas cartas, Hernán Paryszewski se quejaba ante los editores de una supuesta contradicción en la revista:

"¿Por qué critican a personas como Macri y esta clase de mierda actual como la clase media, si ustedes en su misma revista tienen actitudes y comentarios que discriminan a los sectores más humildes y a personas nacidas en países latinoamericanos, como los tienen los mismos a los cuales ustedes se cansan de criticar y satirizar?"

La respuesta hacía equilibrio entre la honestidad y el sarcasmo, y plantea un tema clave: la revista, como manifiestan sus periodistas, "se hace cargo" de determinado discurso de derecha que circula en la sociedad:

"La clase media argentina es fascista y discrimina a los pobres y a la gente de tez morena. Y como nosotros somos gente de clase media, somos fascistas y discriminamos a los pobres y a la gente de tez morena. Para que nadie dude de nuestra conciencia de clase" (número 116 – 31/8/07, pág. 22).

Barcelona ejemplificó esta cuestión apelando a los imaginarios[149] que construyen una inmigración "buena" y otra "mala". Así, tituló una nota: "Por qué para los argentinos que una camarera rusa sirva en un restaurant de Palermo Hollywood es 'exótico' pero que un peruano atienda un locutorio es 'invasión'" (número 113 – 20/7/07, págs. 10 y 11). La revista daba cuenta del otro lado del imaginario del "Crisol de razas".

Hacerse cargo de ese lenguaje también implica reconocer algunos conflictos sociales cubiertos bajo el manto de la corrección discursiva:

Según un informe, un 61 por ciento de los trabajadores está en negro

Para los propietarios de countries, "blanquear a los negros que trabajan en los barrios privados" sería un acto "sumamente discriminatorio"

La Asociación Bonaerense de Propietarios VIP se presentó ante el Inadi para radicar una denuncia contra la Secretaría de Hacienda provincial porque quiere obligar a "blanquear a los trabajadores de countries y barrios privados". El presidente de la entidad, Maneco Ortiz Zabaleta, explicó que "es inadmisible que se juegue con el color de la gente y se pretenda 'blanquear' a quienes por designio del Señor son morochos".

Para Ortiz Zabaleta, los trabajadores que prestan servicios en los barrios cerrados "son todos negros cabeza de los que se mofarían si le dicen a los suyos cosas como 'el patrón me blanqueó' o 'me pusieron en blanco', no hay derecho a que esa gente pase semejantes calores".

Los propietarios VIP negaron que esta presentación sea una maniobra para mantener a los trabajadores en el mercado negro y no hacerles aportes. "Ellos pertenecen al mercado negro, nosotros no los pusimos allí, ése es su lugar histórico y no hay funcionario que pueda cambiar la realidad, ellos ya tienen la cabeza formateada para la pobreza y la llevan muy dignamente", aseveró Ortiz Zabaleta.

Felipe Solá se indignó ante el pedido de los *countrieros* y expresó que "son unos negreros sin escrúpulos que tratan a estos miserables como si fueran esclavos cuando podrían aprovecharse de la situación y explotarlos dentro de la legalidad".

El gobernador bonaerense recordó que en sus estancias todos los trabajadores tienen cobertura social. "Es mucho mejor tenerlos en blanco porque estos negros son capaces de hacerte un agujero en la justicia laboral", reconoció Solá y reveló que cuando decidió blanquear a su personal resolvió "no gastar un peso de más" y les recortó las cargas sociales del sueldo que ganaban. "Al principio no entendían bien, porque los morochos son bastante cortos de entendederas, pero después se dieron cuenta de que no les estaba achicando el sueldo sino que estaban pagando el beneficio de la obra social y la jubilación."

La negativa de los propietarios de barrios privados a blanquear a su personal también generó la respuesta de la alianza política de Ricardo López Murphy y Mauricio Macri, quienes emitieron un comunicado instando al Gobierno bonaerense a "dejar de perseguir a los que dan empleo y felicitarlos porque integran a gente que no está capacitada para trabajar en un país moderno por la ignorancia propia de su raza".

EL DEBATE SOBRE EL BLANQUEO

Trabajador en negro

Trabajador en blanco

Sí. Le dicen al trabajador en negro los habitantes de countries.

Barcelona critica los estereotipos sociales más reaccionarios: "Ellos ya tienen la cabeza formateada para la pobreza y la llevan muy dignamente", habría asegurado el presidente de la "Asociación Bonaerense de Propietarios VIP" (número 61 – 8/7/05, pág. 10).

[149] Martini señala que "para explicarse, organizar y entender su cotidianeidad y las relaciones y los proyectos que se juegan en ellas, para reconocerse y diferenciarse, las sociedades construyen representaciones de sí mismos y de sus relaciones con los otros". Este proceso articula identidades y "forma imágenes de amigos y enemigos, de rivales y de aliados. Y hace a la operatoria contextual: *incluye y excluye* a través de discursos naturalizados". Así, "los usos del lenguaje, las formas dialectales y sociolectales (…), los emblemas patrios, la forma de diseñar, resolver, interpretar prácticas y discursos son indicadores del estado del *imaginario* en una sociedad determinada" (Martini, Stella; *La sociedad y sus imaginarios*; Documento de la cátedra Teoría sobre el Periodismo; Facultad de Ciencias Sociales; Universidad de Buenos Aires; Buenos Aires; 2003; págs. 72, 73 y 74).

La denuncia de ciertos discursos se manifestó en una tapa que resultó, además, un claro ejemplo de ruido en la comunicación.

Para los editores de la revista, algunos temas "polémicos" son en realidad muestra del conservadurismo o la hipocresía social. "El uso de la palabra 'mogólicas' -recuerda Marchetti- generó mucho lío, tuvimos un par de cuestiones con el Inadi [Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo]… porque ¿qué pasa? Estamos haciéndonos cargo de una forma de hablar que es irritante, que no es la nuestra, pero es lo que impacta y lo que se usa"[150]. El director asegura: "nosotros estábamos hablando de otra cosa. Esa tapa salió mientras había dos jueces impidiendo el aborto a chicas con síndrome de down violadas… [y donde además había] amenazas a los médicos"[151] (número 90 – 1/9/06).

Barcelona trató esta temática porque también dejaba ver, a criterio de sus editores, un aspecto que podría calificarse de hipócrita en la sociedad argentina: algunas personas se pronuncian públicamente en contra del aborto, pero cuando el problema las involucra directamente no dudan en llevar adelante esa práctica, más allá de cualquier consideración moral o legal.

El enemigo perfecto

Uno de los blancos favoritos de *Barcelona* es la iglesia católica, a la que considera una falsa "guardiana de la moralidad", capaz de encubrir grandes atrocidades. Para una revista donde la moralidad casi no tiene sentido, una institución de ese tipo siempre despierta sospechas. En varias oportunidades, la irreverencia intrínseca a la publicación encuentra su punto más mordaz en la crítica a esta entidad, siempre pasible de manifestarse ofendida.

La revista no ignora el poder que la iglesia sigue ostentando, sus relaciones influyentes y, en los casos más extremos, delictuales:

[150] Entrevista a Pablo Marchetti; op. cit.
[151] "Contratapas contra todo"; *La voz del Interior*; Edición digital; 28/3/07.

El 20 de noviembre de 2003 un sacerdote fue detenido en Misiones, acusado de abusar de una nena de 4 años. Una semana después *Barcelona* promocionaba esta "colecta navideña para liberar presos" (número 17 – 28/11/03).

Barcelona también también sitúa sus críticas en el contexto histórico. Cuando se declaró beato a Ceferino Namuncurá (el hijo de un cacique que murió como aspirante a cura), optó por inscribir la noticia en la tradición más conservadora de la iglesia, antes que en su veta de compasión hacia los humildes:

Volantazo total de las máximas autoridades eclesiásticas sobre los pueblos originarios

Dicen que la nueva política de la Iglesia ya no pasaría por la exterminación de aborígenes sino por su beatificación

"La beatificación de Ceferino Namuncurá ha marcado un claro vuelco en la posición de la Iglesia Católica", sostiene un obispo argentino con llegada directa al despacho del Papa. "La evangelización forzada, la explotación y las aniquilación de los pueblos originarios ya son parte del pasado. Ahora se vienen tiempos de beatificación y de canonización", declara el religioso, que no hace más que confirmar un rumor que ya corrió en medios eclesiásticos. Otra alta figura de la Iglesia local niega "de plano" que la beatificación de Ceferino responda a la necesidad del catolicismo de sumar figuras fuertes, con el fin de frenar la enorme sangría de fieles hacia cultos evangélicos e inclusive satánicos.

La **decisión de beatificar** a Ceferino constituye sólo la **punta del iceberg** de un plan mucho más vasto. "Hemos advertido que la **esclavitud y la matanza** de pobladores originarios a nada conduce en los tiempos actuales", confía, *off the record*, una alta fuente de la Iglesia argentina. "Son prácticas que han quedado un poco **en desuso**, y nos hemos visto obligados a encontrar nuevas. En tal sentido, creemos que, allí donde antes fuimos con la Biblia, la espada y **el arcabuz**, debemos ir ahora con los formularios del **trámite de beatificación**", sostiene.

Según una fuente con **amplia llegada al Vaticano**, respecto de este tema habría **dos líneas** claras en la Santa Sede. Unos propondrían beatificar solamente a aquellos aborígenes "cuya invocación haya permitido que ocurriera un milagro, por más **ridícula e inverosímil** que hubiese sido esa farsa, como en el caso de Ceferino", confía la fuente. "Pero otros piensan que habría que entablar una beatificación de todos los pobladores originarios **muertos** y de aquellos que hayamos dejado con vida", agrega el religioso. Una de las **fuentes enroladas** en esta segunda línea cree que "habrá que establecer misiones que se encargarán de beatificar, si es necesario a **sangre y fuego**, a todos los indígenas. Si algún poblador originario se opusiese, igual lo beatificaremos, lo **canonizaremos** y lo **enaltonaremos**", agrega.

Cabezo. Tras Ceferino, otras indígenas serían beatificados.

Mayoritariamente, los **pesos pesados** de la Iglesia argentina apoyarían la beatificación restringida, pero se declaran "abiertos" a aceptar lo que el Papa resuelva. De acuerdo con un **escort masculino** con amplia llegada a la cúpula de la Iglesia, los máximos prelados creen que "la beatificación de todos los pobladores originarios sería un desquiciado, pues algunos son **verdaderos animales** que no podrían aspirar al estatus de figura beatificable".

Mientras tanto, desde **Castelo del Trozzo**, donde pasa sus vacaciones de invierno, el papa **Benedicto XVI** negó los trascendidos que indicarían que la Iglesia Católica, con la beatificación de Ceferino, hubiese buscado apropiarse de una figura con arraigo popular. "Para nada, para nada", aseguró mediante una **encíclica informal** entregada a la prensa. "Lo beatificamos porque se lo merece. Y creemos que también se lo merecen, por ejemplo, los cantantes bailanteros **Rodrigo** y **Gilda**, de modo que ya he dado las órdenes para que comience el proceso de beatificación de ambos", declaró.

Entre los pueblos originarios, la beatificación de Ceferino fue calificada como "satisfactoria". La **dirigente mapuche** Ayelén Nahuelpan afirma que "el nuevo rumbo de la Iglesia Católica es muy bueno. Para nosotros, está bárbaro eso de ver venir una delegación de la Iglesia y tener la certeza de que no viene **a dominarte y a esclavizarte** y a aniquilarte, sino a beatificarte", dice, bastante **emocionada**.

Número 122 – 23/11/07, pág. 10

En el mismo sentido tituló con ironía: "Santa Cruz: la Iglesia analiza si combate a Kirchner 'dándole la hostia como a Videla' o aplaudiéndolo como a Menem'" (número 116 – 31/8/07, págs. 2 y 3). El texto citaba a "un obispo provincial contemporizador y pedófilo" que confesaba: "Ya nos hemos acostumbrado al juego de algún funcionario

que dice palabras como ‘aborto’, ‘homosexuales’ o ‘sexo’ en épocas electorales para tratar de mantener la imagen progre del Gobierno, es como cuando nosotros decimos ‘demonio’, ‘pecado’ o ‘milagro’ para que nos sigan eligiendo como el mal menor de las religiones” (número 116 – 31/8/07, pág. 2).

Para *Barcelona* se trataba de un acuerdo estratégico: “Ellos mantienen el dominio de la educación privada y los subsidios para asistencia y a cambio nos ayudan con el control social a través de la dádiva y la prédica de la cultura de la resignación”, habría dicho el entonces ministro del Interior, Aníbal Fernández (número 116 – 31/8/07, pág. 2).

La revista tuvo a la figura del Papa como uno de sus blancos favoritos. Primero fue un agonizante Karol Wojtyla (“El Papa mejora y ya se babea”, publicó en su tapa del 4 de marzo de 2005), y más tarde un ridiculizado Joseph Ratzinger: “Ahora dicen que Benedicto XVI habría dejado de ser ‘el Papa Nazi’ y se habría convertido en ‘el Papa Elegante’”[152], fue otro de sus titulares (número 115 – 17/8/07, págs. 8 y 9).

[152] Cuando Ratzinger fue electo (en abril de 2005), algunos medios internacionales hicieron foco en su atuendo, particularmente en “un par de mocasines rojos que usó y que -según la opinión de los expertos de la moda- tenían toda la apariencia de ser hechos por la famosa marca italiana Prada. Desde entonces muchos rumores circularon asegurando que el nuevo Papa era un asiduo seguidor de la moda”, según la *BBC*. En junio de 2008, un artículo del diario oficial del Vaticano, *L'Osservatore Romano*, afirmó que los zapatos de Benedicto XVI habían sido hechos a mano por un zapatero del pueblo italiano de Novara. La nota fue firmada, curiosamente, por el padre Juan Manuel de Prada (“El Papa no usa Prada”, sitio web *BBCMundo.com*, 27/6/08).

claves

para entender el conflicto

- Benedicto XVI fue elegido como "Mejor Portador de Accesorios" por la revista masculina *Esquire*, que elogió los zapatos rojos confeccionados con cuero de terneros nonatos, que suele lucir ante los fieles gracias a su sotana corta.
- El Vaticano se alegró de que el pasado de Ratzinger en las Juventudes Hitleristas quede opacado por su presente frívolo y banal.
- Los asesores papales admiten que ya que no puede ser un modelo de conducta ni de ética ni de moral, el Papa por lo menos podría ser un modelo de Hugo Boss.
- Impulsado por el inesperado galardón, ahora Benedicto XVI quiere imponer la moda sadomaso con los accesorios con los que los católicos se flagelan y sueña con que los fieles del culto de la moda abracen el catolicismo.
- El mundo islámico se conmovió con la noticia y los ayatollah decidieron teñirse sus barbas con tonos platinados para no perder fieles fashion.

Los celestiales accesorios del Pontífice

Gorro de oso de las estepas rusas. Divino, el Papa quiso aprovechar uno de los últimos ejemplares de esta especie.

Estola de piel sintética. Para estar a tono con la ecología, el Papa eligió este abrigo fabricado por esclavos vietnamitas

Bastón con incrustaciones de diamante. Un verdadero sostén para la cabeza de la Iglesia

Reloj con rubíes y esmeraldas en cruz.

Capa con piel de nutrias y aplicaciones de loro. Accesorio que Benedicto XVI utiliza para recibir a curas pedófilos

Minisotana. Un atuendo destinado a convertirse en objeto de culto.

Pantys de red con hilados de oro. Un accesorio necesario para que no caigan los ideales cristianos por el piso.

"El Vaticano -según *Barcelona*- se alegró de que el pasado de Ratzinger en las Juventudes Hitleristas quede opacado por su presente frívolo y banal" (número 115 – 17/8/07, pág. 8).

Para criticar la injerencia de la iglesia en política internacional, *Barcelona* imaginó una respuesta del Vaticano a Joaquín Piña, el obispo que en octubre de 2006 encabezó la oposición a la reelección ilimitada del entonces gobernador de Misiones, Carlos Rovira.

El Papa piensa que es mejor que actúen los nazis laicos que los religiosos

Benedicto XVI: "La Iglesia no está para hacer política sino para presionar gobiernos, combatir el comunismo y denunciar al terrorismo musulmán"

Una semana antes de esta nota, el Papa había dicho que "a la Iglesia no corresponde el cometido de actuar en el ámbito político para construir un orden justo en la sociedad, eso corresponde a los fieles laicos" (número 94 – 27/10/06, pág. 10).

Una de las pocas portadas "religiosas" que no ironizó sobre la iglesia católica, provocó igualmente una polémica de grandes proporciones. Luego del *affaire* por la publicación de las caricaturas de Mahoma (ver página 32), la revista publicó esta tapa:

La imagen "produjo una cadena de correos electrónicos en contra nuestro promovida por algunos musulmanes enojados", reconoce Ingrid Beck[153] (número 76 – 17/2/06).

La publicación también apeló al sexo -tema escandalizador por excelencia- para burlarse de la religiosidad dentro y fuera de la iglesia. Una de sus tapas, por ejemplo, mostró el titular "Ahora dicen que Jesús era masoquista", acompañado -justo antes del Viernes Santo- por un fotomontaje con Cristo crucificado y vestido con ropa de cuero negro (número 35 – 2/4/04).

Barcelona es, seguramente, la única publicación en el mercado editorial argentino capaz de vincular al travestismo con la religión (número 41 – 11/6/04).

Esta imagen con los rostros del Papa casi agonizante y Terri Schiavo (quien murió el 31 de marzo de 2005 tras permanecer quince años en estado vegetativo), fue la portada "religiosa" más polémica de la revista, al punto

[153] "Lo nuestro es periodismo lisérgico"; op. cit.

de que -según los editores- algunas personas compraron todos los ejemplares de un quiosco y los rompieron frente al diariero (número 58 – 1/2/05).

En 2004 se conocieron públicamente casos de curas abusadores en la Argentina y el mundo. *Barcelona* ironizó sobre una posible respuesta ante este panorama: "Las escuelas católicas incorporan la pedofilia en sus programas de Educación Sexual" (número 32 – 12/3/04). Después de que la Justicia condenara a prisión al cura Mario Sasso[154], la revista ridiculizó la imagen de una institución ya deteriorada ante casos similares:

Constituiría "un paso atrás en la imagen gay friendly" que pretende la Iglesia

Desde hace años, los representantes de la Iglesia Católica argentina vienen dando señales, mediante la sodomización de niños, de que la institución acepta a los homosexuales e incluso los incorpora en sus filas. "Tanto esfuerzo para dar una imagen moderna, de institución *gay friendly*, para que al final venga este cura (por Mario Sasso) a hacerse el machote violando cuanta niña se le pusiera a tiro", sostiene, colérico, un obispo. Según las principales figuras de la Iglesia, Sasso sería un "irresponsable" y una "oveja descarriada", aunque reconocen que, "a nivel físico, el cura es un bombonazo" y que "está para darle masa".

Número 122 – 23/11/07, pág. 13

En forma similar, criticó con ironía las miserias y encubrimientos en torno a esta problemática:

[154] El párroco abusó sexualmente de cinco chicas en el comedor de una iglesia en Pilar. El 12 de noviembre de 2007 fue condenado a 17 años de cárcel.

Abultado. Sería el monto de dinero que esperan recaudar los sacerdotes con un calendario que quiere crear conciencia.

El calendario será claramente artístico y con alto contenido estético

Un grupo de sacerdotes posará desnudo para un almanaque "para recaudar fondos contra la pedofilia"

Un grupo de religiosos hizo suya la preocupación del Vaticano por evitar nuevos casos de curas pedófilos y decidió mostrarse como Dios los trajo al mundo con el objetivo de recaudar fondos para Pedofilia Internacional, la organización que reúne a los que luchan por "salir del infierno de la seducción de los niños". El almanaque será bendecido por el Papa y estará a la venta a fines de diciembre en todas las iglesias del mundo por 10 euros (50 pesos en la Argentina). Parte del dinero recaudado financiará el millonario monto de los juicios civiles contra sacerdotes pedófilos en 2007.

Las imágenes del almanaque contra le pedofilia será un trabajo "muy cuidado" y se buscará que los desnudos sean "artísticos", expresó el fotógrafo Dino Sella Lastra, promotor de la iniciativa. Los curas retratados representarán distintas formas de contener el impulso sexual para evitar el abuso. El religioso del mes de febrero es uno de los más audaces al anudarse el pene para impedir el deseo. "En cierto modo se responde a la moda de los almanaques de gente común desnuda, pero en este caso hay un mensaje esperanzador", explica Sella Lastra. Benedicto XVI consideró que las imágenes son "fuertes", pero las aprobó porque "en ellas no se hace alusión a crímenes condenables como el aborto o el uso de anticonceptivos".

En la bajada se aclara que "parte del dinero recaudado financiará el millonario monto de los juicios civiles contra sacerdotes pedófilos en 2007" (número 124 – 21/12/07, pág. 14).

Fútbol, negocios y mitos

La visión sarcástica de *Barcelona* también alcanzó a las noticias deportivas. Desde su mismo nombre, la sección "Fútbol y Deporte" critica con crudeza las vicisitudes de una actividad cada vez más alejada de su espíritu lúdico original.

Afrofuria

España busca reforzar su Selección para el Mundial 2010 "otorgándole la ciudadanía a cuanto negro africano sepa jugar al fútbol". Dikembe Pujol, Pepín Mubombkawa y Nwanko Juanele: los primeros.

Balance redituable

El presidente de la AFA, Julio Grondona, considera que Alemania 2006 fue "una experiencia muy enriquecedora".

Pernía, ibérico

Tras ser convocado para jugar para la Selección Española, Mariano Pernía asegura: "Me llena de orgullo defender los gloriosos colores del billete de 100 euros".

La relación entre deporte y dinero, tema ineludible para cualquier aproximación seria a ese fenómeno, se observa en un Grondona feliz por la experiencia "enriquecedora" del Mundial o un futbolista argentino nacionalizado para defender los colores del euro (número 98 – 22/12/06, pág. 28).

Fiel a su estilo, la revista publicó otra nota titulada "Definen como 'una picardía' que la muerte súbita en el fútbol afecte tanto a los jugadores y tan poco a los dirigentes" (número 117 – 14/9/07, págs. 8 y 9). Partiendo de un dato real (los repentinos fallecimientos de los jugadores Antonio Puerta, Ángel Arenales, Chaswe Nsofwa y Jairo Nazareno en septiembre de 2007), la publicación apeló a uno de sus procedimientos favoritos: poner en boca de otros opiniones de los editores de la publicación:

Vivos. Grondona, Aguilar y Macri, consternados por las muertes en las canchas.

En la foto aparecen Mauricio Macri (ex presidente de Boca y electo mandatario porteño), José María Aguilar (presidente de Ríver) y Julio Grondona, presidente de la AFA. *Barcelona* postulaba que "algunos dirigentes tienden a considerar un gasto superfluo el cuidado de la salud de sus jugadores. Precisamente esta clase de dirigentes son aquellos que a algunos hombres del fútbol les gustaría ver en situación de 'muerte súbita'. (…) Algunos especialistas opinan que el tema debería ser estudiado en profundidad, en atención a los resultados de los recientes comicios porteños" (número 117 – 14/9/07, págs. 8 y 9).

La revista también adhirió al clásico precepto de que el fútbol sirve para "tapar" los temas realmente importantes del país. De hecho, en los días previos al Mundial de Alemania 2006, la prensa -en sintonía con muchísimos argentinos- priorizó este tema por encima de cualquier otro. *Barcelona* tituló una nota con la frase "De esto no se habla: por qué a la mayoría de la gente le divierte más el Mundial que las inundaciones en Tartagal, los cinco millones de argentinos en la indigencia o el tráfico de bebés en Añatuya".

En su serie "Grandes fracasos argentinos", la revista buscó derribar la idea del fútbol como rasgo constituyente de la grandeza del ser nacional:

Grandes Fracasos Argentinos: **El fútbol**

Un Campeonato del Mundo ganado merced a la inspiración de un solo jugador (que convertía goles de forma ilegítima) y otro logrado de local, con sobornos y amenazas de todo tipo por parte de la dictadura más sangrienta del siglo XX, es muy poco para un país que siempre se jactó de ser el campeón moral de todo torneo que disputó. Si se agrega que desde siempre sus principales figuras participan en las grandes ligas –ó en instituciones menores, se puede afirmar que el fútbol argentino está lejos de habitar el terreno de la gloria. El problema radica en creer que el hecho de destacarse en el ámbito continental (en donde compiten sólo diez países, la mayoría sin historia futbolística) lo transforma en una potencia mundial. Esto sucedió siempre, pero sus más sonados bochornos fueron los Mundiales de Suecia 1958 y de Corea y Japón 2002. Mientras tanto, las grandes esperanzas del fútbol argentino emigran hacia el Brasil (Tevez, Maseherano), Rusia (Cavenaghi), México (Chelito Delgado), Holanda (Mauro Rosales) o Portugal (Lucho González); hacia instituciones menores de España (Riquelme, Saviola, Colocinni, Gabriel Milito, Sorin, Figueroa, Gonzalo Rodriguez), de Italia (Mariano González, Diego Milito) o de Alemania (D'Alessandro); son suplentes en clubes grandes de Inglaterra o Italia (Crespo) o más o menos grandes de España (Almar, Scaloni, Duscher); o van al club más argentino y más fracasado del calcio y del mundo: el Inter de Milan (Zanetti, Kily González, Julio Cruz, Samuel, Solari, Veron, Cambiasso). Y quienes sí logran destacarse en clubes importantes, lisa y llanamente desisten de jugar en la Selección Nacional; tal el caso de Alfredo Di Stéfano, Enrique Sivori, Fernando Redondo, David Trezeguet o Mauro Camoranesi. Sin embargo, no todo es mediocridad entre los argentinos que se dedican al negocio del fútbol. También hay gente muy capaz, que hace bien las cosas y que enaltece al fútbol argentino: son los representantes o intermediarios de los jugadores y directores técnicos, que son los que le consiguen a sus representados los mejores contratos por no trabajar. Los casos de Javier Saviola y Héctor Cúper en los últimos años, o de Alberto Tarantini (que jugó el Mundial 78 sin tener club) son una buena respuesta a los escépticos que creen que en el fútbol argentino todo está perdido.

POSITIVO: Con la mejor camada de intermedionios trabajando, dedicarse al fútbol sigue siendo una posibilidad económica interesante para los jóvenes argentinos. Y ya no importa que falten potreros: mientras haya escritorios, celulares y calculadoras, el futuro del fútbol argentino está garantizado.

NEGATIVO: Con la camada de jugadores que surgieron en los últimos años no se vislumbra una mejoría para la Selección Nacional.

Hernán Crespo. Fernando Cavenaghi. Javier Mascherano. Javier Saviola.

Próxima entrega: la crotoxina.

"Un Campeonato del Mundo ganado merced a la inspiración de un solo jugador (que convertía goles de forma ilegítima) y otro logrado de local, con sobornos y amenazas de todo tipo por parte de la dictadura más sangrienta del siglo XX, es muy poco para un país que siempre se jactó de ser el campeón moral de todo torneo que disputó" (número 63 – 19/8/05, pág. 16). Aunque algo sesgado, el

análisis ataca la creencia de una “Argentina potencia” y recuerda las características más tercermundistas del país.

Al mismo tiempo, apeló al triunfalismo deportivo para remarcar las inconsistencias que los distintos escenarios económicos generaban en los discursos políticos:

Los primeros signos de recuperación económica podían llevar a un triunfalismo desmesurado (número 13 – 31/10/03).

La eliminación en el Mundial de Alemania devolvió a muchos argentinos a una coyuntura de estancamiento (número 86 – 7/7/06).

Cuestión de límites

Barcelona contra los medios

La revista también trató temas de los que los medios jamás hablan, temerosos de verse perjudicados ante la opinión pública o de que salgan a la luz manejos deshonestos, muy lejanos a los ideales de objetividad e independencia que se pregonan con frecuencia.

Vaca. Tanto los Mitre como los Noble la tendrían atada.

Los dueños de los principales diarios, felices con un nuevo emprendimiento

Euforia en "La Nación" y "Clarín" por la unión de Feriagro y Expochacra: "Es el mejor negocio conjunto desde que la dictadura nos regaló Papel Prensa"

El abrazo de Ernestina Herrera de Noble y los hermanos Saguier a la vaca campeona de Exposgro es mucho más que un símbolo porque, una vez más, los diarios argentinos de mayor tirada y mayor panta oficial mancomunan sus esfuerzos en pos del bien común a ambas empresas: después de varios años de competir cada diario con su respectiva megamuestra de agricultura, ganadería e industria, este año decidieron unirse. En palabras de los hermanos Saguier: "El hombre de campo ya no tendrá que decidir entre dos opciones para saber dónde gasta la pila de dólares que le salen de los bolsillos". La viuda de Noble, en tanto, apeló a la nostalgia: "Se trata del mejor negocio conjunto desde que la dictadura nos regaló Papel Prensa, allá por los queridos años 70".

Hacia ya varios años que Feriagro y Expochacra se venían disputando los favores del hombre de campo, fundamentalmente de la provincia de Buenos Aires, y también los de las empresas vinculadas con la actividad agricolaganadera, que montaban allí sus estands y promocionaban sus nuevos productos. Organizadas cada una por los dos diarios más importantes del país, "las muestras sólo conseguían dividir el presupuesto del sector destinado al floreo y la vanagloria, en lugar de concentrarlo en un solo evento donde poner absolutamente todo", explicó Fermín Saguier, director de *La Nación*. "Ahora, en cambio, con los amigos de la familia Mitre, vamos a organizar la exposición de agricultura y ganadería más grande del mundo", dijo la señora Herrera de Noble, confundiendo a los Saguier con herederos de Mitre. "Porque la gente de campo la está haciendo con pala, y nosotros, como grandes medios monopólicos, tenemos derecho a morder algo de tan pingüe negocio", remató Claudio Escribano, también de *La Nación*. "Ojalá sea el inicio de una unión próspera y monopólica como lo fue y los sigue siendo Papel Prensa", se ilusionó doña Ernestina.

El pasado oscuro y la disputa por el mercado editorial no impiden que dos de los diarios más importantes de la historia argentina lleven adelante negocios conjuntos. La organización de las muestras del sector agropecuario por *La Nación* y *Clarín* es un dato relevante para el análisis de ciertas coberturas periodísticas del conflicto "campo-Gobierno" en 2008 (número 104 – 16/3/07, pág. 3).

La mayor papelera del país elige la polución mas no los negociados

Para los dueños de Papel Prensa "es lícito contaminar un río", siempre que sea para "imprimir diarios que denuncien la corrupción de funcionarias del área de Medio Ambiente"

Los directivos de Papel Prensa pidieron "disculpas" por haber permitido que la planta situada cerca de la localidad bonaerense de San Pedro, a orillas del río Paraná, haya contaminado las aguas de uno de los principales cursos de agua dulce de la Argentina. "No es un hecho que nos enorgullezca", admiten los directivos de la sociedad papelera integrada en partes casi iguales por los diarios *Clarín* y *La Nación*, y por el Estado Nacional, a partir de un decreto firmado en 1978 por el entonces presidente, Jorge Rafael Videla. "Pero es un mal necesario, porque si la planta no contamina, entonces no puede funcionar: y si la planta no puede funcionar, entonces no se podrían publicar las denuncias de corrupción contra los funcionarios de Medio Ambiente, y si los funcionarios de Medio Ambiente son corruptos, entonces en poco tiempo más nuestros ríos van a estar todos contaminados", explica el durísimo comunicado de Papel Prensa.

Las versiones sobre la contaminación del río Paraná por parte de Papel Prensa son confusas. Mientras el comunicado explica que "el fin justifica los medios", en alusión a que gracias a la contaminación que provoca la fábrica se pudo investigar la corrupción de la secretaria de Medio Ambiente, Romina Picolotti, otros sectores allegados a Papel Prensa insisten en que la planta de San Pedro no contamina el río. "Somos argentinos, no finlandeses", se indigna una alta fuente de la papelera argentina, en riguroso *off the record*. "Si esto fuera Botnia, lo entendería, pero nosotros somos Papel Prensa, nada que ver". La fuente cree que "detrás de todo esto hay una campaña sucia, más sucia que los pocos peces que todavía nadan en el Paraná", cerca de la planta de Papel Prensa.

Mientras tanto, la Justicia investiga a fondo, tanto el posible caso de contaminación del río, como el posible caso de corrupción de la secretaria de Medio Ambiente. "Estamos tratando de dilucidar qué resulta más sucio: si Picolotti para la política o si la planta de Papel Prensa para el río Paraná", explica una alta fuente judicial, que prefiere no dar a conocer su identidad, pero que pide que se aclare que terminó la carrera de abogacía en la Universidad de Buenos Aires "para que no se sigan sumando suspicacias en un asunto tan delicado".

Todos los números del escándalo

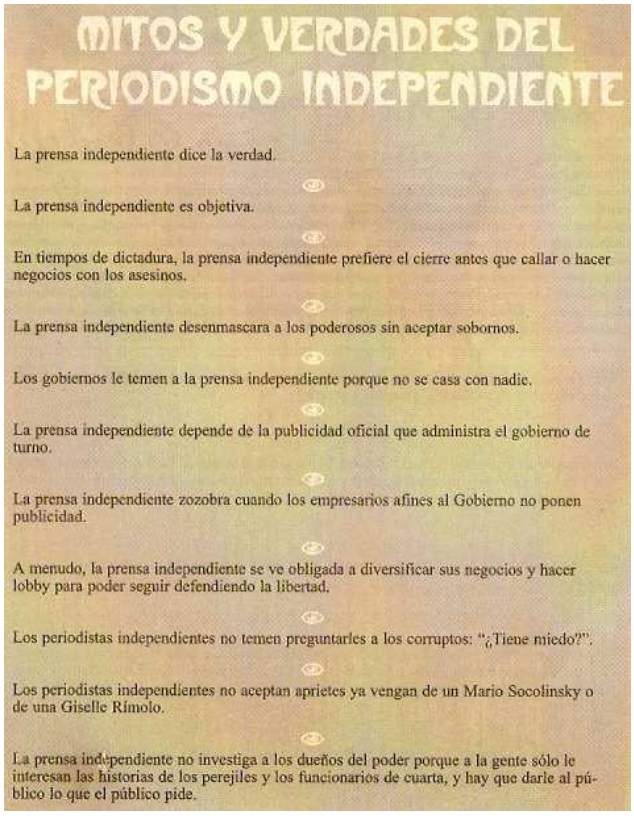
Diarios impresos	Árboles talados	Ríos contaminados	Peces muertos	Pobladores infectados	Denuncias de corrupción	Familiares contratados
1.256.391	153	54	341.496	4.281	172	34

Fuente: Contamining And Corrupcy International.

Con ironía, el título se refiere tanto a la nota de *Clarín* sobre "extraños manejos" en la Secretaría de Medio Ambiente (ver página 55), como al contraste entre la gran cobertura que tuvo la presunta contaminación provocada por Botnia y la casi nula repercusión de las denuncias contra Papel Prensa, cuyas acciones comparten aquel diario, *La Nación* y -paradójicamente- el Estado argentino (número 113 – 20/7/07, pág. 3).

La publicación también se mostró en contra de la concepción justificatoria y auto-indulgente en los medios, y explicitó con sarcasmo algunos lugares comunes sobre el

"periodismo independiente" (slogan utilizado, entre otros, por el influyente canal de noticias *TN*):



MITOS Y VERDADES DEL PERIODISMO INDEPENDIENTE

La prensa independiente dice la verdad.

La prensa independiente es objetiva.

En tiempos de dictadura, la prensa independiente prefiere el cierre antes que callar o hacer negocios con los asesinos.

La prensa independiente desenmascara a los poderosos sin aceptar sobornos.

Los gobiernos le temen a la prensa independiente porque no se casa con nadie.

La prensa independiente depende de la publicidad oficial que administra el gobierno de turno.

La prensa independiente zozobra cuando los empresarios afines al Gobierno no ponen publicidad.

A menudo, la prensa independiente se ve obligada a diversificar sus negocios y hacer lobby para poder seguir defendiendo la libertad.

Los periodistas independientes no temen preguntarles a los corruptos: "¿Tiene miedo?".

Los periodistas independientes no aceptan aprietes ya vengan de un Mario Socolinsky o de una Giselle Rímolo.

La prensa independiente no investiga a los dueños del poder porque a la gente sólo le interesan las historias de los perejiles y los funcionarios de cuarta, y hay que darle al público lo que el público pide.

Número 113 – 20/7/07, pág. 19.

Una nueva emisora de noticias que quiere ganarse a la teleaudiencia a fuerza de bostezo

Con el canal C5N, Daniel Hadad busca competir con TN en el "influyente nicho" del periodismo independiente

El canal de noticias de la señora Ernestina Herrera de Noble ya no está solo. Desde principios de agosto, en la televisión por cable de casi todo el país puede verse C5N, una nueva señal dedicada a las noticias cuya principal característica es que se trata de otro medio más perteneciente al empresario Daniel Hadad. El operador político y propietario de gran parte de las radios más importantes del país y ex dueño de Canal 9 salió a competir de lleno contra TN, el hasta ahora único bastión del periodismo independiente de la televisión paga. Según los especialistas en medios, "con la aparición de C5N, el periodismo independiente gana un espacio y, al mismo tiempo, enfrenta a su principal referente, el ya instalado canal TN, al desafío de ser aún más independiente del poder pero también del concepto de noticia, del interés público, del ritmo televisivo y de la creatividad".

Los primeros días **al aire** –o, mejor dicho, al cable– del C5N resultaron muy atractivos, **ricos en furcios**, desacoples, problemas técnicos y de dicción, todo con mucho despliegue escenográfico y de edición entrecortada, y con **mucha gente corriendo** detrás de cámara; características todas que durante los últimos años han sido propias de TN y que ahora obligan a la señal de noticias de Canal 13 a revisar **mas no** a renovar su programación. Para los expertos, C5N no sólo competirá en materia de periodismo independiente con TN: también compite con Crónica, en especial contra su **segmento conducido** por Carozo y Narizota. "Crónica tiene sus muñecos de peluche, y C5N tiene en Claudio Rigoli y Mercedes Martí a **sus propios muñecos de torta**", evalúan.

Sin embargo, y más allá de **compartir la grilla** con los canales de noticias América 24 y el Canal 26, es claro que C5N disputará con TN el espacio de periodismo independiente que vive de la **pauta oficial**, de los monopolios que auspician a programas y periodistas, y de las operaciones de prensa. "Dani a ésa la tiene reclarusa", advierten los especialistas. "Y si logra que C5N sea al cable lo que Infobae.com es a la Internet, el canal va a ser una **genial mezcla** de **oficialismo**, anticastrismo, **minas en bolas** y noticias pelotudas". **Enhorabuena.**

Para *Barcelona*, el nuevo canal del "operador político" Daniel Hadad "disputaría con *TN* el espacio de periodismo independiente que vive de la pauta oficial, de los monopolios que auspician a programas y periodistas, y de las operaciones de prensa" (número 115 – 17/8/07, pág. 6)

La revista también se permitió ironizar sobre algunas miserias del gremio periodístico:

Distintos. Los encargados de las trompadas en el gremio de periodistas serían más "capados" que los del gremio de Moyano.

Jorge Fontevecchia, contrito por las trompadas propinadas a un trabajador de Perfil

Cómo diferenciar a un matón troglodita de Camioneros de un matón progresista, copado y de centroizquierda de la UTPBA

El imaginario popular, eso que se da en llamar "la gente", suele identificar a los matones sindicales como hombres voluminosos, de bigote, anteojos oscuros, campera de cuero y un pesado fierro en la mano, para partir la cabeza de un contrincante político y/o gremial en cuanto sea necesario. Los adversarios de esa especie de matones eran y son "los zurdos", calificativo que del mismo modo les cabe a socialistas, comunistas, trotskistas o peronistas o radicales de izquierda o centroizquierda. Pero el ataque al periodista Tomás Eliaschev en la sede de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) marca el inicio de un nuevo paradigma de matones sindicales.

"No queremos que nuestra condición de matón nos vuelva **brutos e iletrados**", dice, en riguroso *off the record*, un sujeto que está leyendo "el último de David Viñas" y asegura: "Ese libro me está emocionando tanto como **partirle la nariz** a Eliaschev". Aunque por ahora prefieren mantener el anonimato, los integrantes de la **fuerza de choque** del gremio de prensa en ningún momento se negaron a hablar con los medios. "Es que estamos convencidos de que **la peor opinión es el silencio**", definen. A diferencia de los viejos matones, los de la UTPBA consideran a la mayoría de "los zurdos" como amigos, y aclaran que "**el enemigo son los trotskos**".

Claro que el concepto "trotsko" puede ser **bastante amplio**: "Es cierto que para algunos compañeros ser del Movimiento Darío Santillán puede ser sinónimo de trotsko", reconoce uno de los matones. "Pero eso no nos hace parecidos a los **viejos burócratas sindicales**. Es más, en lo único que nos parecemos a ellos es en el **uso de fierros pesados** para romper cráneos. En el resto, nada que ver", concluye el **fornido y barbado** hombre de prensa, remera del Che Guevara en el pecho y pesada barra metálica en la mano.

De Gennaro: "La CTA no va a condenar la golpiza a Eliaschev hasta que el Gobierno no nos otorgue la personería"

El fundador de la Confederación de Trabajadores Argentinos, Víctor De Gennaro, se mostró "consternado" por la golpiza sufrida por Tomás Eliaschev en el local de la UTPBA, gremio que forma parte de la CTA. "Me hubiera encantado repudiar públicamente este atentado, pero en estos momentos apenas soy un parte del sindicalismo argentino y una condena podría haber sido contraproducente para que se investigaen los hechos", reconoció De Gennaro. El fundador de la CTA aseguró que está preparando "una enérgica condena a este inadmisible hecho de violencia", aunque agregó que sólo lo hará público "cuando el Gobierno otorgue la personería jurídica a la CTA".

La nota hace referencia a la agresión sufrida por Tomás Eliaschev, trabajador del diario *Perfil*, en la sede de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA). El 13 de septiembre de 2007 fue golpeado por un grupo de matones cuando pedía la solidaridad del sindicato ante el despido de un compañero. La paliza habría sido motivada por el hecho de que la comisión interna de *Perfil* era conducida por una lista proscripta por la conducción kirchnerista de la UTPBA (número 118 – 28/9/07, pág. 10).

Una relación mediada (por el dinero)

Barcelona siempre procura poner en suspenso la *inocencia* de las notas publicadas en los medios. Todos sus periodistas trabajaron en redacciones importantes, por lo cual conocen la "cocina" de las empresas periodísticas. Algunas notas buscaron resaltar las motivaciones por las cuales se llegan a publicar ciertas noticias, en detrimento de otras a priori más importantes. En la cobertura de un supuesto boom comercial por el "Día del leñador", *Barcelona* ironizó sobre la posición de los medios ante este tipo de eventos:

claves

para entender el conflicto

- Los Día de la Madre, del Padre y del Niño son éxitos comerciales.
- Los Día de la Secretaria, de los Enamorados y del Amigo también lo son.
- Los mercaderes impulsan nuevos días-homenaje en los que, también, levantarla con pala.
- Los medios periodísticos dan espacios a cualquier pelotudez en nombre de "incluir notas de color".
- Los medios periodísticos dan generosísimos espacios a aquellas pelotudeces que, además, les proveen acuerdos comerciales para levantarla con pala.

Número 117 – 14/9/07, pág. 12

Barcelona explicita algunas de las razones para que determinadas informaciones sean difundidas bajo un título falsamente inocente. Debajo de un título naif como "La inauguración de Gnomoland en Cariló pone de manifiesto el tremendo auge de los parques temáticos en lugares de veraneo" (número 122 – 23/11/07, págs. 12 y 13), se daba cuenta de las motivaciones de fondo:

"Los parques de todo el país empiezan a aceitar sus atracciones y a coimear a sus inspectores con el único objetivo de levantarla con pala en enero y febrero, a casi cualquier precio y caiga quien caiga (…) Cómo se prepara una de las industrias del ramo del entretenimiento más prósperas y con mayor inversión publicitaria en la pauta de noviembre de esta revista" (número 122 – 23/11/07, pág. 12).

Por razones obvias, la prensa suele guardar silencio sobre los altos niveles de concentración en la propiedad de los medios. Se trata de un tema tabú, ya que pone en peligro la pluralidad de voces, uno de los pilares de la confiabilidad periodística. A modo de contraejemplo, *Barcelona* ironizó sobre el creciente poder que adquirió la española Telefónica, propietaria de nueve canales de TV y proveedores de cable, internet y telefonía celular.

Enérgica desmentida de la empresa española

En Telefónica aseguran que la compra de acciones de Telecom "no apunta a formar un monopolio, sino a controlar el país"

"Hay que ser muy estrecho de miras para suponer que la empresa busca conformar un monopolio en las comunicaciones", consideró Esperanza Gil y Pollas, representante de la filial argentina de Telefónica, al ser consultada sobre la controvertida operación por la cual la empresa compraría acciones de la compañía Telecom Italia. "No hay intención monopólica", destacó la vocera, "sino una mera decisión estratégica de dominio, sometimiento, sojuzgamiento y explotación salvaje".

La jefa de Relaciones Públicas de Ultramar de la empresa española de telecomunicaciones llamó a "no prejuzgar" y a "no caer en la denuncia fácil ni en la tentación de suponer que Telefónica pretende tomar el control mayoritario y libre de competencia del mercado de las comunicaciones en la Argentina". "Se trata de una operación estratégica mucho más amplia", continuó la vocera, "que contempla que Telefónica deje de tener meros clientes y pase a tener millones de esclavos".

Sin embargo, para alejar cualquier duda sobre un posible monopolio, los Ministerios de Economía y de Planificación designaron veedores que fiscalicen la operación "y vean qué se puede morder en concepto de coima, tajada o diego", según precisa un hombre de confianza de un polémico ministro santacruceño. En tanto, las autoridades de Telefónica adelantaron que "no se pondrán trabas a los veedores, sino que se hará todo lo posible para que la tarea fiscalizadora les resulte satisfactoria y redituable". "Los veedores serán tratados como corresponde, es decir, como amigos, como socios, como cómplices", prometió Esperanza Gil y Pollas.

La "jefa de Relaciones Públicas de Ultramar" de la empresa habría llamado a "no caer en la denuncia fácil ni en la tentación de suponer que Telefónica pretende tomar el control mayoritario y libre de competencia del mercado de las comunicaciones en la Argentina" (número 120 – 26/10/07, pág. 3).

El guante de seda

En el periodo analizado *Barcelona* también se mostró crítica de la postura benévola de gran parte del periodismo hacia el kirchnerismo. Después de que el canal América borrara del programa *TVR* la participación de Mario Pontaquarto[155], se publicó una falsa

[155] En diciembre de 2003 el ex secretario parlamentario del Senado confesó ante la Justicia que había pagado una coima de cinco millones de dólares a varios senadores para que aprobaran la ley de reforma laboral impulsada por el gobierno de Fernando de la Rúa.

entrevista a su productor, titulada: “Diego Gvirtz: ‘Nos sacaron del aire porque nadie se banca que critiquen a Menem, a De la Rúa, y a otros funcionarios de gobiernos anteriores con la dureza que lo hacía ‘TVR’” (número 63 – 19/8/05, pág. 14). Así quedaba ridiculizada la supuesta independencia periodística.

La sección *DXT* también mostró titulares obsecuentes con la gestión kirchnerista, rol que *Clarín* cedió muchas veces a *Página/12*:

“Luz verde” y “suba” son valoraciones positivas, pero la “alta aceptación del canje” descripta por *Página/12* supone un estado de optimismo superior (número 61 – 8/7/05, pág. 16).

Doble lectura de *Página/12* ante un mismo hecho: pagarle al FMI es cruel en Brasil, pero loable en Argentina (número 72 – 23/12/05, pág. 19).

En junio de 2007 *Barcelona* tituló una de sus notas con la frase “Kirchner amenaza con cerrar algún canal de televisión opositor, como Hugo Chávez, pero no encuentra ninguno” (número 110 – 8/6/07, págs. 8 y 9). En este sentido inventó una declaración del

secretario de Medios, Enrique *Pepe* Albistur, quien develaría el "error" gubernamental: "'abrochar con todos los empresarios de medios desde el comienzo de la gestión y comprar hasta el último conductor pedorro de cable", ya que "'si hubiéramos sabido de esta necesidad de opositores en la tele, inventábamos a dos o tres muñecos con ganas de figurar y ahora los censuraríamos con cualquier excusa'" (número 110 – 8/6/07, pág. 8).

Ese "guante de seda" también se explica por la dependencia económica generada por el reparto de publicidad oficial. Así, en una misma página *Barcelona* incluye la siguiente información:

BARCELONA se equivocó

No es lo más grato que le puede suceder a un medio periodístico. Pero está dentro de las reglas del juego y, si sirve de consuelo, ya les sucedió a los diarios más prestigiosos del mundo: *The New York Times, Le Figaro, The Sun, L'Osservattore Romano, Olé y Granma*, entre muchos otros, por lo menos alguna vez pidieron disculpas a sus lectores. Hoy le toca a BARCELONA. Sí, queremos disculparnos con todos ustedes, estimados lectores, por un error grave cometido en el número uno de esta publicación. Allí afirmábamos, en uno de los títulos de tapa, que "la Argentina se estaría yendo a la mierda". Teníamos datos y habíamos chequeado varias fuentes, todas confiables, como siempre sucede antes de publicar una noticia. Pero lo que ocurrió luego nada tiene que ver con aquella afirmación.

Hoy la Argentina, lejos de aquel titular agorero, se encuentra en plena reactivación. La pobreza tiende a desaparecer, el trabajo abunda, la educación y la salud son prioridad absoluta para el nuevo Gobierno y el saneamiento institucional ha sido total: la independencia de poderes es inobjetable y cada uno de los tres pilares de la República está integrado por hombres y mujeres probos, tan honestos como eficientes en sus tareas. Cierto es que aún queda mucho por hacer, pero la tendencia para 2004 va en la misma dirección y es probable que, si no el año que viene, tal vez el otro, el país funcione de mil maravillas. Por eso lo del título: BARCELONA se equivocó. Una vez más, pedimos disculpas a nuestros lectores y saludamos a las autoridades de la Nación por el gran trabajo que están realizando.

Joan Marí Carbonell i Figueres
Director de BARCELONA

En esta editorial, la revista se excusa por haber titulado "la Argentina se estaría yendo a la mierda" y asegura que "la pobreza tiende a desaparecer, el trabajo abunda, la educación y la salud son prioridad absoluta para el nuevo Gobierno y el saneamiento institucional ha sido total" (Anuario 2003 - pág. 54).

A continuación, la falsa publicidad gubernamental informa e intimida: "Seis meses pautando para construir la prensa independiente argentina que todos queremos" (Anuario 2003 - pág. 54).

Cromañón y las responsabilidades

Los sucesos posteriores a la tragedia del 30 de diciembre de 2004 en el boliche Cromañón, donde murieron 194 personas, fueron un ejemplo de cómo la sociedad y los medios se retroalimentaron hasta cristalizar ciertos lugares comunes que impidieron una reflexión más enriquecedora sobre lo sucedido. La revista ironizó sobre las posibles derivaciones de la tragedia y el alcance de los reclamos de los familiares:

León Gieco invita a Bin Laden a grabar coros y palmas en el tema "Sólo le pido a Alá"

"Osama es jodón pero muy respetuoso, canta muy afinado y tiene mucho ritmo para batir palmas y golpear cencerros." León Gieco se refirió así a la experiencia de compartir estudio con el líder de Al Qaeda, Osama Bin Laden, a quien invitó a grabar en su último disco una nueva versión de *Sólo le pido a Dios*, rebautizada como *Sólo le pido a Alá*. Gieco –que dijo no querer "más polémicas" después de que los familiares de las víctimas de Cromañón criticaran la canción que registró junto al cantante de Callejeros, Patricio Santos Fontanet– reveló algunas anécdotas sobre la sesión junto a Bin Laden. "Osama dijo que no entendía la letra, pero que se cagaba de risa de cómo sonaba cantar en castellano. A las cuatro de la mañana ya le decíamos 'Ossy' y tomábamos del mismo bidón", contó, divertido.

También quieren eliminar la carrera de Arqueología porque trae "malos recuerdos"

"Esta carrera es una muestra de la impunidad que ostentan el señor Ibarra y el señor Chabán. Por eso no vamos a permitir que la Universidad de Buenos Aires se burle de nosotros y siga enseñando que el hombre de Cromagnon esto, que el hombre de Cromagnon aquello, como si nada hubiera ocurrido", señaló un enardecido familiar de una de las víctimas de la tragedia del 30 de diciembre.

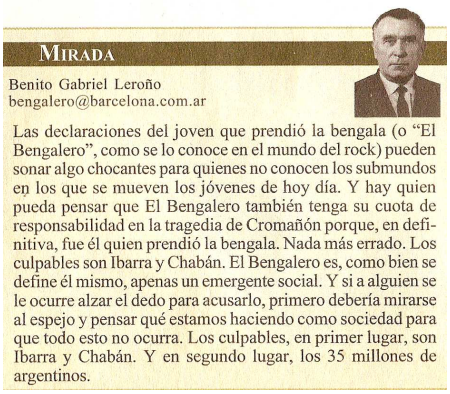
Los familiares reclamaron al Ministerio de Educación que decretara el cese "permanente y definitivo" de la carrera de Arqueología. "Después de haber hecho justicia con León Gieco y su disco cómplice, creemos que ahora se hace imprescindible que los encargados de educar a los argentinos reflexionen sobre lo que están haciendo con esta carrera que fomenta, sin querer, la impunidad." En estos días trascendió que los familiares estaban dispuestos a reclamar la renuncia del propio ministro de Educación, Daniel Filmus, en el caso de que éste no accediera a sus pedidos.

La primer "noticia" hace referencia a la colaboración entre Gieco y Patricio Santos Fontanet, líder de Callejeros, en una canción del primero. Se deslizan aquí críticas, por un lado, a las amenazas que algunos padres de las víctimas profirieron al cantautor tras esa colaboración, y por el otro, a su clásica solidaridad con todo tipo de causas. El segundo texto apunta a algunos familiares: "No vamos a permitir que la Universidad de Buenos Aires se burle de nosotros y siga enseñando que el hombre de Cromagnon esto, que el hombre de Cromagnon aquellos, como si nada hubiera ocurrido" (número 62 – 5/8/05, pág. 10). *Barcelona* incluyó este tipo de textos como señal de desacuerdo ante el protagonismo adquirido por quienes buscaban justicia, pero estaban cegados por su sufrimiento.

La revista hizo énfasis en cómo, a medida que pasaban los meses, el debate público se alejaba de la reflexión sobre las causas y las consecuencias del hecho.

Un mes después de la tragedia, la revista anunciaba una entrevista al "Subcomandante Mediasombra", cuya consigna era "crear dos, tres, muchos Cromañones". La combinación de referencias revolucionarias, énfasis en el nombre árabe y look al estilo Bin Laden eran toda una opinión sobre cómo los medios masivos "exotizaron" la figura del ex gerenciador del boliche, hasta transformarlo en alguien peligroso y condenable (número 56 – 4/2/05).

Más tarde, *Barcelona* tituló una de sus tapas con la frase: "Habla el joven que prendió la bengala: 'Ibarra y Chabán la tienen que pagar'" (número 70 – 25/11/05, pág. 1).



MIRADA

Benito Gabriel Leroño
bengalero@barcelona.com.ar

Las declaraciones del joven que prendió la bengala (o "El Bengalero", como se lo conoce en el mundo del rock) pueden sonar algo chocantes para quienes no conocen los submundos en los que se mueven los jóvenes de hoy día. Y hay quien pueda pensar que El Bengalero también tenga su cuota de responsabilidad en la tragedia de Cromañón porque, en definitiva, fue él quien prendió la bengala. Nada más errado. Los culpables son Ibarra y Chabán. El Bengalero es, como bien se define él mismo, apenas un emergente social. Y si a alguien se le ocurre alzar el dedo para acusarlo, primero debería mirarse al espejo y pensar qué estamos haciendo como sociedad para que todo esto no ocurra. Los culpables, en primer lugar, son Ibarra y Chabán. Y en segundo lugar, los 35 millones de argentinos.

La columna retoma un discurso construido entre los padres de las víctimas y la mayoría de los medios: la virtual absolución de uno de los culpables gracias a la figura del "emergente social". Podría resumirse en la frase "los culpables somos todos" y fue analizado por Martín Caparrós: "No es lo mismo la culpa del que se hizo el boludo que la del que se opuso a muchas cosas que la del que nunca pudo influir que la del que gobierna, gobernó, tiene poderes. La culpa para todos es una forma seudoastuta de culpa para nadie"[156].

Durante todo 2005 y principios de 2006, el entonces jefe de Gobierno, Aníbal Ibarra, fue estigmatizado como un "cadáver político", máximo responsable de la tragedia. *Barcelona* llevó al extremo esa dinámica:

[156] Caparrós, Martín; "La Artruchina"; *Crítica de la Argentina*; 4/7/08; pág. 48.

La mayoría de los japoneses ve al Jefe de Gobierno porteño como un "colupto y tlanselo"

Al cumplirse 60 años del primer bombardeo atómico,
pueblo de Hiroshima exige la re nuncia de Aníbal Ibar

¡Que lenuncie Ibala! ¡Que lenuncie Ibala!", gritaban los 300 mil japoneses que salieron a las calles de Hiroshima para recordar el 60 aniversario del lanzamiento de la primera bomba atómica, en esa ciudad. Manifestaciones igualmente numerosas se sucedieron en las calles de Tokio, Osaka, Kioto y demás ciudades importantes de todo el Japón. En todas partes se vivió un clima tenso, producto, por un lado, del profundo dolor que aún se vive a pesar de las seis décadas transcurridas después de la tragedia y, por otro, de la bronca que acumularon en todo ese tiempo los autodenominados Familiares de Hiroshima. Y esa bronca tiene como destinatario concreto a Anibal Ibarra, quien, según coinciden los familiares, es el único responsable de que las bombas atómicas hayan caído en Japón. "El señol Ibala es un tulo y tiene que lenuncial ya", gritaba ayer un desorbitado nipón frente a la Casa de Gobierno, en Tokio, y, al mismo tiempo, sintetizaba el sentimiento de millones de compatriotas suyos.

'No fue el átomo, no fue el neutlón, a nuestlos pibes los mató la colupción", cantaban cientos de miles de japoneses que exigían la renuncia inmediata del jefe de Gobierno porteño. Los Familiares de Hiroshima confían en el trabajo de la Comisión Investigadora que se creó para "intental linchal al señol Ibala, polque es un colupto", según informó en rueda de prensa el jefe del ala dura de la agrupación, Shitake Washinori.

Inmediatamente después de las declaraciones, Washinori agredió a Estteki Ladekaloto, presidenta de la Abuelas de Nagasaki, arrojándole salsa de soja a los ojos. La agrupación que lidera Ladekaloto es uno los organismos de derechos humanos que nuclea a las victi-

(pasa a pág. 11)

Protestas. Los familiares acusan directamente al "señol Ibala" de la explosión atómica.

(viene de pág. 10)

mas de la otra ciudad japonesa víctima de una bomba atómica en. "Esa señola es un colupta, cómplice del señol Ibala", acusó Wasabinori. Estas palabras, sumadas a la violenta reacción del máximo referente, provocaron un ciuna entre los familiares: de un lado se ubicaron aquellos a quienes las palabras de Wasabinori le parecieron "sensatas", y del otro, quienes creen que sus dichos fueron "geniales".

Referéndum

El jefe de Gobierno porteño lanzó una dura respuesta a los Familiares de Hiroshima. "Voy a convocar a un referéndum revocatorio", fueron sus palabras. "Si gano, me quedo, y si pierdo me voy", agregó. E inmediatamente después llamó a movilizar a todo el ibarrismo para recolectar firmas. Al cierre de esta edición no había cifras oficiales, pero una alta fuente vinculada con el ibarrismo aseguró que serían "más de diez" las firmas que tienen hasta ahora. La fuente

MIRADA

Enrique Olivaibal Gayter
enolgay@elbarcelona.com.ar

El bombardeo sobre Hiroshima y Nagasaki es uno de los acontecimientos más dolorosos de la h humanidad. Que hoy, 60 años después, los famil víctimas sigan reclamando justicia con el mismo in hicieron desde el mismo día en que la humanidad ante la imagen de aquel hongo de humo, sangre y m a las claras de la magnitud del horror. Es por eso q debemos escuchar a los Familiares de Hiroshim debemos hacer lo que ellos quieren. Y si tiene qu Ibarra, pues que renuncie.

hizo sus declaraciones en riguroso *off the record* y sólo accedió a brindar la información luego de hacer firmar ante escribano un compromiso de que no se revelaría su identidad. "No es por miedo a que se sepa quién soy, sino por miedo a que se sepa que soy ibarrista", declaró.

Reacciones

Por su parte, los Familiares de Hiroshima aseguraron que "de ninguna manela" permitirán que "el señol Ibala siga con su falsa". Furioso, Wasabinori

aseguró, en co prensa: "¡Qué l vocatolio ni lefe catolio! ¡Lefelér tas! ¡Que lenun después se haga lealmente tiene inmediatamente mó su espada corriendo, se pu a la presidenta ción Madres de confundir con Nagasaki Linea grito de "vieja voy a agalal y agujas de caña d jo de las uñas".

"No fue el átomo, no fue el neutlón, a nuestlos pibes los mató la colupción", era el improbable grito de guerra de los familiares de las víctimas de Hiroshima. Siempre incorrecta, la revista describía supuestas agresiones del "ala dura" de los manifestantes hacia "Estela Ladekaloto, presidenta de las Abuelas de Nagasaki", en referencia a los huevazos que un grupo de familiares le tiraron a la dirigente de derechos humanos el 1 de agosto de 2005 (número 63 – 19/8/05, págs. 10 y 11).

La revista ridiculizó los pedidos sociales y mediáticos para que cayeran "todos los responsables":

La familia de la mujer que murió en una iglesia por la caída de un vitral reclama que "el máximo responsable dé la cara" y pide "que Dios se pudra en la cárcel"

"El culpable de este crimen va a tener que pagar, y no nos conformaremos con que caiga ningún oficinista de cuarta, ningún pichi provincial, ni ningún mero funcionario burócrata como el perejil de Benedicto XVI." Los familiares de la mujer que murió mientras rezaba en una iglesia catamarqueña cuando un vitral cayó sobre ella pidieron que ruede "la cabeza del máximo responsable; es decir, de Dios". Los parientes de la víctima acusaron al Señor de "pasarse toda la eternidad haciendo la plancha, mientras que en un edificio de su jurisdicción, como es la Iglesia de Catamarca, muere gente por culpa de las inspecciones truchas". La familia de la fallecida feligresa se vio acompañada por manifestantes que cantaban "escuchenló, escuchenló, escuchenló/ no fue Bergoglio, no fue el vitreaux/ a la señora la mató la corrupción".

La acusación de los parientes al Señor fue "pasarse toda la Eternidad haciendo la plancha, mientras que un edificio de su jurisdicción, como es la Iglesia de Catamarca, muere gente por culpa de las inspecciones truchas". En esta ocasión los manifestantes habrían gritado, enfurecidos, "no fue Bergoglio, no fue el vitreaux, a la señora la mató la corrupción" (número 72 – 23/12/05, pág. 8).

Finalmente, Ibarra fue sometido a juicio político y destituido el 7 de marzo de 2006.

El titular recuerda que los medios siempre evitaron criticar a los familiares de las víctimas más "combativos" (número 78 – 17/3/06).

¿Un contrato poco serio?

Martini señala que cualquier definición de "noticia" cobra sentido "en el marco de una cultura y de un momento histórico, y en relación con el contrato de lectura de un medio con su público". Ese contrato "incluye desde el nombre, el formato y la tipografía, la presentación en la tapa, la diagramación y la ilustración" hasta "las metáforas y comparaciones, los destacados y los sistemas clasificatorios de las noticias en agendas temáticas diferentes"[157].

El lazo que se genera entre el público y el medio crea un marco de confianza para la circulación de los discursos. En Barcelona, ese vínculo está definido por un meta-mensaje a los lectores: *la realidad ya es satírica y nuestro periodismo, la sátira de su relato*.

Además, "las modalidades que se usan y reconocen como adecuadas y legítimas para decir la noticia responden a una visión del mundo, por lo que el contrato se sustenta en una coincidencia (en diferentes grados) ideológica"[158]. Esto se expresa en *Barcelona* a través de un cruce de estilos: un texto puede desarrollarse con el formato periodístico tradicional -la forma legitima y otorga "seriedad" a lo dicho- y al mismo tiempo irrumpen fórmulas coloquiales e inesperadas: la visión del mundo de los periodistas -pesimista, ocurrente, a veces soez- invita a un acuerdo ideológico, basado en esta violencia y desnudez del lenguaje.

La revista puso particular énfasis en ridiculizar el concepto de "corrección política" y la estrechez de miras que puede implicar. Por eso llegó a titular: "Greenpeace advierte que los incendios en los motines en las cárceles 'ponen en peligro a miles de ratas´" (número 68 – 28/10/05, págs. 1º y 11).

Como señalábamos anteriormente, *Barcelona* desmonta la narrativa periodística apegándose a su formato pero "destruyéndola" desde el contenido. Esa deconstrucción mediática busca explicitar las falencias y miserias de la prensa. Si "las bases sobre las que se ha edificado tradicionalmente el discurso periodístico" fueron "la realidad, la

[157] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; págs. 41 y 107.
[158] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 106.

veracidad y la actualidad"[159], en su constante burla al periodismo *Barcelona* parece formular una declaración de principios: *esas bases ya están irremediablemente minadas*.

Un periodista que se la juega

Román Lejtman aceptó dirigir el multimedio de José Luis Manzano para "luchar desde adentro contra la mafia menemista"

El periodista Román Lejtman, autor de varias denuncias sobre hechos de corrupción ocurridos durante el gobierno de Carlos Menem, reveló que aceptó conducir el grupo multimedios de José Luis Manzano porque, desde ese cargo, podrá profundizar sus investigaciones sobre los negocios sucios de los años 90 en los cuales habría estado involucrado su actual jefe.

"Este gil piensa que ha contratado a un cordero acomodaticio subyugado por el poder y los dólares", sostuvo Román Lejtman frente a un grupo de amigos durante una cena con pizza y champán realizada en su imponente y flamante despacho. "Pero se va a lamentar cuando advierta que no soy un cordero sino un topo, un infiltrado que, con mi nueva laptop como arma, no voy a parar hasta desentrañar la red de prevaricación y saqueo urdida durante la obscena fiesta menemista", explicó, casi enardecido. "No cejaré en mi empeño justiciero, cueste lo que cueste y caiga quien caiga. A menos, claro, que mi patrón me lo prohiba", concluyó.

Fernando Niembro promete que en Fox Sports habrá "escándalos y serruchadas de pisos antes, durante y después de cada partido"

"Estamos preparándonos con todo", se entusiasma el conductor Fernando Niembro, que asegura que la programación mundialista de Fox Sports "no va a faltar nada de lo que espera el aficionado de nosotros; mala leche, operaciones, segundas intenciones y muchos intereses a la hora de hablar de la fiesta del fútbol".

El primer texto ironiza sobre la trayectoria de un periodista que en los '90 investigó negocios sucios "en los cuales habría estado involucrado su actual jefe". El segundo pone en boca de su protagonista el elogio de sus características más condenables: "mala leche, operaciones, segundas intenciones y muchos intereses a la hora de hablar de la fiesta del fútbol" (número 83 – 26/5/06, págs. 10 y 14).

El anti-progresismo

El contrato de lectura en *Barcelona* contempla distintas formas de irreverencia periodística y propicia la incomodidad en el lector. Podemos acordar con Luis Alberto Quevedo en que la revista plantea un desafío permanente:

"Justamente en la "falta de límites" de *Barcelona* está la eficacia de su humor. El que tengo límites soy yo: cuando hacen chistes sobre Julio López me molesta. Pero en ese momento me están diciendo "no entendés nada, si no soportás un chiste sobre Julio López, vos también sos un tipo moral". Y *Barcelona* no tiene un pacto moral con el lector, tiene un pacto de humor. Otros se van a enojar con el tratamiento del Che: jorobar con su figura es meterse con el guerrillero heroico… Pero si *Barcelona* sólo se metiera con Bush sería otra revista"[160].

En este punto es útil retomar lo que señalábamos respecto de la figura del "progresisimo". Para los editores de la publicación, las ideas difusas que lo conforman

[159] Miceli, Albertini y Giusti; op. cit.; pág. 16. Cita de Mar de Fontcuberta; op. cit; págs. 26-28.
[160] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit..

también se relacionan con las de su propio lectorado. El contrato "iconoclasta" de la revista se manifiesta en la ridiculización de figuras intocables para algunos:

Así. El Che en el futuro, según las proyecciones informáticas.

Dicen que sería obeso, canoso y barbudo

Un estudio revela que si el Che Guevara viviera "daría mucha más pena que Fidel Castro"

Si un disparo no hubiese acabado, en la Bolivia profunda, con Eduardo Guevara Lynch –más conocido como el Che Guevara–, "las cosas habrían sido muy distintas", aseguran unos estudiosos de la Universidad de Yale que, mediante complejas modelizaciones informáticas realizadas en laptops, han logrado establecer un retrato robot del Che en la actualidad. "Según lo que hemos visto, estamos seguros de que Guevara daría mucha lástima, pena y, por qué no, asco", afirma una fuente de la investigación. Los detalles.

El trabajo de la Universidad de Yale "echa luz sobre un tema del que nadie quiere hablar: los beneficiosa que fue para el Che su muerte temprana y más o menos épica", dice, con el rostro desfigurado e irreconocible bajo la presión de una media can-can, uno de los investigadores. "Todo indica que Guevara, hoy, pesaría no menos de 140 kilos, llevaría exactamente la misma barba que en los años 60 y su atuendo cotidiano serían una boina y una remera con la imagen del Che. Descubrimos que viviría en una mansión enorme y vacía, sólo rodeado por el personal de servicio y por un séquito de expertas jineteras y peletas de La Habana sometidas a los últimos estertores de su libido", detalla el erudito.

Mediante unos programas informáticos "súper complicados", los especialistas determinaron que el Che "seguiría siendo un segundón de Fidel, lo cual, sumado a sus continuas derrotas militares y políticas, lo habría tornado resentido, mañoso y mezquino", informa un miembro del equipo. "Por lo que hemos estudiado, el derrotero ideológico de Guevara habría ido desde el marxismo revolucionario hasta la derecha progresista, para arribar finalmente a un catolicismo fanático", informa. Los expertos pudieron, además, elaborar un índice "bastante preciso" de patetismo, que arrojó, para el Che, una cifra de 9,32 sobre 10.

El Che Guevara, ícono de la izquierda argentina e internacional, es descripto en la nota como "un segundón de Fidel", con "continuas derrotas militares y políticas", cuya "muerte temprana y más o menos épica" le resultó "beneficiosa" (número 118 – 28/9/07, pág. 7).

En septiembre de 2006 el Gobierno entregó al escritor un subsidio de un millón y medio de pesos para la compra de un museo. La entonces senadora Cristina Fernández dijo que "el efecto que va a tener como difusor de lo nuestro, de esa cultura de los mejores intelectuales, me parece impresionante"[161]. En esta tapa, la revista cuestionaba tanto el status intelectual de Sabato como la magnitud y la utilidad del subsidio (número 91 – 15/9/06).

[161] "El Gobierno entregó un millonario subsidio a Sabato para el museo que llevará su nombre"; *Clarín*; Edición digital; 6/9/06.

ACONTECER VIP

Modelo. El insigne maestro de las letras y modelo de ética, Ernesto Sabato, le puso la cuota de profundidad y reflexión al último desfile de Roberto Giordano en Mar del Plata. El popular peluquero saludó la presencia del escritor en la pasarela y comentó emocionado: "Él es un ejemplo de ...fuerte el aplauso para el querido maestro que escribió tantas cosas buenas... Don Ernesto Sabato mueve las cabezas de las argentinas con su poesía". El literato comentó entusiasmado a sus íntimos que en los camarines pudo verle el culo a María Vázquez y un pezón a Dolores Barreiro.

La revista se burló de la idea de Sabato como "insigne maestro de las letras y modelo de ética" (número 101 – 2/2/07, pág. 18).

Quevedo explica la razón por la cual la publicación *desafía* a sus lectores con la ridiculización de figuras icónicas de la centroizquierda:

"*Barcelona* tiene algunas figuras 'predilectas', Ernesto Sabato es un ejemplo. En Filosofía y Letras más bien lo odian y entre el público del San Martín es un prohombre, pero en ambos lados son *progres*. A mí no me cae bien ni como escritor, ni como predicador moral, ni como político. Pero disfruto cuando *Barcelona* carga a Sabato porque sé que hay una parte de ese universo que yo comparto. Ése es el pacto de lectura"[162].

Esta idea de "tocar a los intocables" también se vio cristalizada en la siguiente nota, muy a contramano de lo que podría esperar el lector "progresista":

Abren las puertas a los "delincuentes progresistas"

Tras contratar a Sergio Shocklender y a Felisa Miceli, las Madres de Plaza de Mayo convocarían al Gordo Valor

"Queremos recurrir a todos aquellos asesinos, ladrones y corruptos que sueñen con un país más justo", sostuvo, en el más estricto *off the record*, una de las principales dirigentes de las Madres de Plaza de Mayo para explicar la política de recursos humanos de la entidad, que acaba de incorporar a Felisa Miceli, ex ministra de Economía. Y agregó que las Madres van por más: "Con todo esto de la construcción de casas, el manejo de los puestos de la feria, la universidad, etcétera, necesitamos sumar a gente valiosa, por lo que pensamos tentar al Gordo Valor ni bien salga de la cárcel", dijo, e insistió: "Estamos dispuestas a acoger a todos los delincuentes progresistas que quieran sumarse".

Tras la ya lejana contratación de Sergio Schoklender, condenado por matar a sus padres, y la reciente de Miceli, acusada de guardar en su baño dinero no declarado, las Madres están decididas a incluir en la asociación "a los reos más destacados". "Con la cantidad de subsidios millonarios que recibimos, necesitamos a alguien como el Gordo Valor para que se ocupe de los transportes de dinero y, eventualmente, para que se encargue de las relaciones con el Gobierno y con otras instituciones delictivas", informa, entusiasmada, una de las Madres.

"El señor Valor, como todos los que cumplen condenas en las cárceles, es una víctima inocente de un aberrante sistema social que lleva a la miseria, la desesperación y el delito, y nosotras nos vemos en la obligación de darle una oportunidad. Es un poco lo que ocurrió con Miceli, quien, ante la frustración por no poder cambiar de residencia, ante el dolor de ver a sus hijos correteando por un jardín enorme pero sin una miserable pileta que pudiera calmar los calores del verano, tuvo que recurrir a manejos discutibles", explica. "No se puede culpar a alguien que, como Miceli, es una víctima del sistema. Con su instinto de madre, ella ha querido asegurar la supervivencia de sus hijos, de sus nietos, de sus bisnietos y de sus tataranietos", la defiende la dirigente.

Según dejaron trascender las Madres, en los próximos días firmarían un convenio con los penales de Sierra Chica y Marcos Paz, con el objeto de establecer un "sistema de pasantías". "La idea es que todo asesino o delincuente común que deje la cárcel nos presente un currículum para que, llegado el caso, lo convoquemos para trabajar con nosotras", explica, *off the record*, una Madre. Respecto de la polémica que podría generar la contratación de Valor, la dirigente se muestra tajante: "El señor Valor nunca estuvo involucrado con la sangrienta dictadura que asoló el país", justifica.

Las Madres dicen estar interesadas también en contar con los servicios de Omar Chabán, "que no es más que una víctima del aberrante sistema contra incendios de Cromañón", y, en un futuro, si no termina en la cárcel tras dejar la función pública, les gustaría sumar a Julio De Vido. "De Vido es otra pobre víctima del sistema de retornos y tarascas del Ministerio de Planificación", dicen, consternadas.

Barcelona hace una doble crítica: por un lado, al discurso que define a todos los responsables de crímenes e ilícitos como "víctimas del sistema", y por el otro, a la misma institución de derechos humanos: "Con la cantidad de subsidios millonarios que recibimos, necesitamos a alguien como el Gordo Valor para que se ocupe de los transportes de dinero y, eventualmente, para que se encargue de las relaciones con el Gobierno y con otras instituciones delictivas", habría dicho una de las Madres. La nota tuvo, como en muchas otras

[162] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit..

ocasiones, una motivación en los hechos reales: la contratación por parte del organismo de Sergio Shocklender, "condenado por matar a sus padres", y Felisa Miceli, "acusada de guardar en su baño dinero no declarado" (número 123 – 7/12/08, pág. 5).

Como señalábamos respecto de las tapas, el contrato de la revista también implica un sarcasmo compartido (entre periodistas y lectores) sobre la endeble responsabilidad informativa de algunos medios, manifiesta en el planteo de interrogantes a los que nunca se les da respuesta, o por el contrario, en la creencia en la capacidad de explicarlo todo. *Barcelona* prometía a fines de 2007 develar "las 50 preguntas que nadie respondió en el 2007":

- "¿Para cuando el juicio para los que se enriquecieron con la dictadura?" [grupo en el cual *Barcelona* incluye a Néstor Kirchner y Cristina Fernández] / "Sólo falta que se ajusten algunos detalles que, según los magistrados que podrían llevar adelante las querellas, son 'meras cuestiones burocráticas'".
- "¿Existe Dios?" / "Aunque aún no hay pruebas científicas contundentes como para asegurar que Dios existe, la presencia del Supremo en algún lugar del Universo no es una hipótesis como para descartar de lleno al menos por ahora" [fórmula que los medios usan con frecuencia cuando ignoran casi por completo el tema que están tratando].
- "¿Quién puso la bomba en la Amia?" / "Un ser muy maligno y perverso que debería estar pudriéndose en la cárcel" [una respuesta cínica para una pregunta incómoda] (número 124 – 21/12/07, pág. 5).

La producción se justificaba por el hecho de que "*Barcelona* no concibe el periodismo si no es para darle a los lectores todas las respuestas a todos los interrogantes (…) Tal como lo indican tanto las reglas del periodismo moderno como el contrato de lectura de esta revista" (número 124 – 21/12/07, pág. 4). En esta afirmación hay más ironía que en muchas de sus "noticias", ya que la publicación se ocupa de desplazar en forma sistemática ese contrato, en un desafío que incluye provocación, cinismo, parodia y sarcasmo.

Crítica de los imaginarios

La "naturalización de un discurso sobre el mundo -según Martini- se basa en un acuerdo o un consenso (real o aparente) acerca de la realidad, de los imaginarios sobre la

sociedad y sobre el propio trabajo". El discurso en el que creemos es el que brinda las explicaciones que nosotros mismos hubiéramos hecho del acontecimiento[163].

Dada la imposibilidad de acceder a "lo real" en sus múltiples facetas, estamos llamados a confiar en distintos mediadores. La prensa "seria" sigue las agendas oficiales, consulta fuentes gubernamentales e interpreta los hechos a la luz de la lógica de sus protagonistas, pero *Barcelona* no cree que esos métodos garanticen una mejor comprensión de la realidad.

En *Barcelona* la crítica a la prensa es también la puesta en suspenso de los imaginarios sociales que sustentan la naturalización del sentido común. Satirizar el funcionamiento de la prensa es satirizar el estado de opinión de la sociedad, ya que "lo que los medios construyen y emiten, más allá de las informaciones puntuales, son las representaciones globales de la vida social, de sus agentes, instancias y autoridades, los mitos políticos, los modelos formadores de mentalidades y de comportamientos"[164].

Así, en una nota se cruzaban los imaginarios de argentinidad replicados acríticamente por la prensa y la sociedad con la opinión de la revista sobre el verdadero "ser argentino" y sus miserias. El texto funcionaba como una parodia a la obsesión por develar y describir ese *ser nacional*:

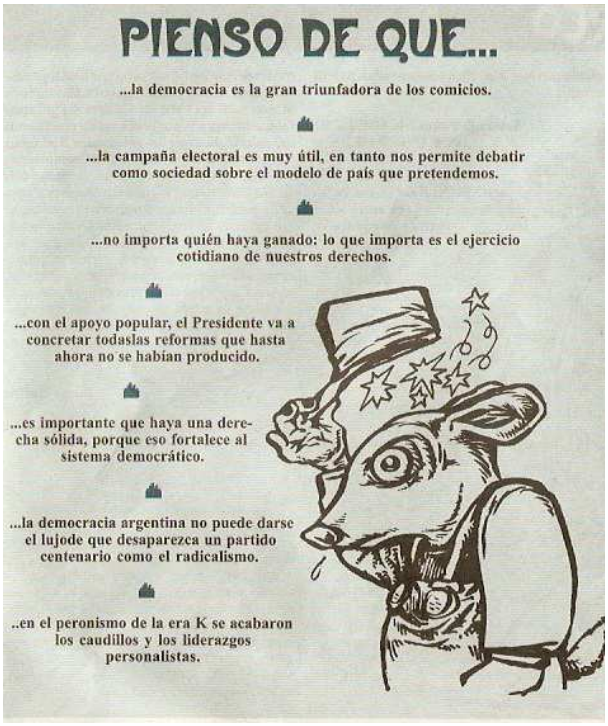
"Según los extranjeros que alguna vez estuvieron en el país, los argentinos son 'hospitalarios' pero también 'peligrosos'; 'simpáticos' aunque 'chantas'; 'elegantes' pero 'sucios y/o mugrientos'; 'solidarios' y 'racistas'; 'cultos' y 'malos conductores'; 'de buen culo' y 'muy putas' (en el caso de las mujeres); 'orgullosos' pero también 'pedantes'; 'apasionados por el fútbol, el tango y el buen vino' pero también 'violentos, melancólicos y borrachines'" (número 55 - 24/12/04, pág. 4).

Si concordamos en que "los acontecimientos cuentan menos que las representaciones imaginarias a las que ellos mismos dan origen"[165] comprenderemos la importancia de este proceso en la comunicación periodística, ya que es en los medios donde "se

[163] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; págs. 79 y 104.
[164] Martini; *La sociedad y sus imaginarios*; op. cit.; pág. 75.
[165] Martini; *La sociedad y sus imaginarios*; op. cit.; pág. 73.

estructura el intercambio social y se expresan (o silencian) públicamente los actores, los espacios y los conflictos de la sociedad"[166].

Consciente de este proceso, *Barcelona* ironiza sobre el silenciamiento de los problemas reales en la prensa y critica cierta apatía del público ante esas *coberturas*:



Este compendio de lugares comunes que circularon por los medios después de las elecciones refuerza la idea de una ingenuidad -intencional o no- de la prensa y de la sociedad ante el accionar de los gobernantes (número 68 – 28/10/05, pág. 21).

El verosímil ampliado

La noticia es un discurso verosímil que, sin ser necesariamente verdadero, se asemeja a lo real. Una de las claves de *Barcelona* parece estar en que sus "noticias" son falsas pero verosímiles: es que "el sentido de credibilidad de un discurso periodístico se cruza con otras series de verosímiles culturalmente compartidas que permiten su legitimación"[167].

[166] Bonilla Vélez, José I.; "Crisis de lo público y medios de comunicación: información, paz y democracia en Colombia"; en Entel, Alicia (comp.); *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*; Paidós; Buenos Aires; 1997; pág. 32.

[167] Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 105. Citado de Kristeva, Julia; "La productividad llamada texto"; en *Comunicaciones. Lo verosímil*; Tiempo Contemporánea; Buenos Aires, 1970; pág. 65. Stella Martini señala que el verosímil "se origina en el efecto de similitud, que conecta cada noticia con una agenda de noticias ya leídas e interpretadas como verosímiles, con el imaginario del lector y con la historia misma de la comunidad a la que él pertenece. La organización de las agendas temáticas y clasificatorias, las retóricas exigidas a cada tipo de noticias, y los valores que hacen a un

Se abre en el país un nuevo mercado vinculado con el turismo

Las agencias internacionales de modelos visitan el noroeste argentino para conseguir "chicas que no coman" para sus desfiles

Un grupo de directivos de las principales agencias de modelos del mundo está recorriendo una de las zonas más marginadas de la Argentina en busca de sus futuras top models. La extrema delgadez que el hambre produce entre las chicas del noroeste argentino es codiciada por el mundo *fashion* y los ejecutivos aseguran que se han encontrado con que hay "mucha hambre de gloria" entre las adolescentes argentinas. Según afirman, las europeas ya no son las más requeridas en las pasarelas porque "están achanchadas" ya que tienen sus necesidades básicas muy satisfechas.

Algunos hechos improbables se tornan verosímiles en nuestro país, donde se cruzan la cuasi apología de la anorexia con la pobreza extrema. El humor en la redacción del texto -las europeas "están achanchadas", mientras que las argentinas tienen "mucha hambre de gloria"- refuerza el efecto de incomodidad (número 89 – 18/8/06, pág. 10).

Sucesivos engaños y desilusiones han preparado a nuestra sociedad para esa sentencia que reza que "siempre se puede estar peor". *Barcelona* se apoya en esta creencia y se mueve entre la crítica sarcástica y el pesimismo cínico. Quizá por eso Marchetti haya señalado que la publicación no siempre hace reír, sino que "a veces produce indignación, escozor, odio, bronca"[168].

Un sarcástico balance de 2006 ("El mundo, entre la masacre y la esperanza") lamentaba "las guerras, los atentados, los descuartizamientos, las torturas, los desastres naturales" pero *celebraba* la victoria en Nicaragua de los ex sandinistas Daniel Ortega y Tomás Borge, "dos multimillonarios dignos representantes de la izquierda sustentable. Al menos sustentable para sus familias, que viven a todo lujo en uno de los países más pobres de América latina" (número 98 – 22/12/06, pág. 10).

Ante la pregunta sobre cuál es "el límite" -en cuanto a un parámetro de moralidad o corrección política- la respuesta sería: *ninguno, siempre y cuando resulte funcional al contrato propuesto*. Y si el contrato incluye un desafío permanente a esos límites (del lector, de la prensa y de la corrección política) tampoco debería amedrentarse ante una de las últimas fronteras del humor: los chistes sobre personas recientemente fallecidas:

---

hecho noticiable remiten pues al propósito de mostrar algo como verdadero" (Martini; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; op. cit.; pág. 105).

[168] Valle; op. cit.

Teté Quiroz: "Mi mejor homenaje a Garrafa Sánchez fue poner contra Banfield a once muertos en la cancha"

"Sabía que la gente de Banfield le iba a brindar un merecido homenaje a ese gran jugador que nos dejó hace poco, y quise participar a mi manera, poniendo once muertos en el campo de juego. Algunos dicen que nuestra actuación fue macabra: yo creo que fue más bien fúnebre, para que pudiéramos evocar a ese gran tipo que fue José Luis *Garrafa* Sánchez como él se lo merecía. Creo que desde el Cielo él se habrá divertido con el baile que nos dieron", opinó un emocionado Fernando *Teté* Quiroz, luego de la derrota que su equipo sufriera por la primera fecha del torneo Clausura 2006. "Y cuando digo 'once muertos', lo digo en sentido figurado, porque los suplentes que pudieron entrar, como el Cholo Simeone, también estaban muertos, lo que demuestra que Racing es un verdadero equipo de muertos en cada una de sus líneas".

José Luis Sánchez, ex jugador de Banfield, falleció tras un accidente en enero de 2006. Días después, por la primera fecha del torneo Clausura, ese equipo goleó a Racing 3 a 0. *Barcelona* se mofó de los de Avellaneda con esas supuestas declaraciones de su director técnico (número 75 – 3/2/06, pág. 15).

Exclusivo: las especulaciones sobre el nuevo compañero de Carozo

Crónica TV habría decidido matar a Narizota para competir contra TN con un "Mario Mazzone propio"

La noticia, por macabra, merecería una de las clásicas placas rojas del canal. Aunque las autoridades de Crónica TV aún no confirmaron nada, varias fuentes allegadas a la señal fundada por Héc-tor Ricardo García aseguran, en riguroso *off the record*, que las horas del muñeco Narizota estarían contadas. "Eso no significa que lo echen", aclara un productor de Crónica TV con llegada directa a los ejecutivos del canal y buen diálogo con la Virgen Desatadora de Nudos, "sino algo mucho peor: aquí lo que se está tramando es la muerte del compañero de Carozo en el noticiero de la tarde."

Un productor con llegada directa tanto a las autoridades de Crónica TV como a **San Expedito** confirma el plan para terminar con Narizota. "La idea es tener un **propio mártir**, porque la muerte de Mario Mazzone provocó una **estampida en el rating** de TN y nosotros quedamos muy atrás", explica. "Por eso ahora la idea es **crear un Mario Mazzone propio** y desde que se fue el Gordo, las únicas figuras convocantes que tenemos son Carozo y Narizota".

Consultado justamente sobre **por qué Narizota y no Carozo**, el productor explicó: "Se eligió por parecido físico. Narizota se parece a Mazzone. En cambio a Carozo lo estamos guardando para cuando se muera **Santo Biasatti**".

Aunque no quiso brindar mucha más información, el productor adelantó que, una vez que se concrete **la muerte del popular muñeco**, el canal ya tiene preparado el **símbolo de luto** con el que decorará la pantalla durante las dos o tres semanas que dure el duelo. Según dijo, se trataría de una enorme **nariz negra** que ocupará el **vértice izquierdo de la pantalla**.

Otro productor, también con **llegada a las autoridades** de Crónica TV y autodefinido como "amigo personal de Jorge Hanet", aclara que **aún no está decidida** la forma en que piensan quitarle la vida al muñeco. "Todavía no definieron nada", explica el productor, "pero yo que Narizota me cuidaría de **no tomar café ni agua** de ninguna de las máquinas que hay en el canal. Tampoco le aceptaría té ni **mate** a ninguno de los productores. Y evitaría estar parado bajo las **parrillas de luces**, asomarme a las ventanas de los pisos altos y **viajar en ascensor**, porque en cualquier momento puede ocurrir un 'accidente' muy desgraciado", concluye, **enigmático**.

Consternado. Así estará, probablemente, Carozo, una vez que su amigo fiel haya fallecido.

"La idea es tener un propio mártir, porque la muerte de Mario Mazzone [el 20 de mayo de 2007] provocó una estampida en el rating de *TN* y nosotros quedamos muy atrás", habría explicado un productor de *Crónica TV* (número 109 – 25/5/07, pág. 14). Es un ácido comentario sobre el sensacionalismo y la búsqueda febril de la primicia.

Barcelona, para Quevedo, "trabaja sobre el imaginario que los ciudadanos tenemos de la política. No tanto sobre lo que medios o los políticos no dicen, sino sobre lo que está en nuestras mentes. Ése es el pacto con el humor: el reconocimiento tácito de que nos están estafando"[169].

[169] Entrevista a Luis Alberto Quevedo; op. cit..

Proponen que el día que se firme el contrato por el tren-bala se instituya como Jornada Nacional del Diego, la Mordida y la Tarasca

El del tren-bala es uno de los proyectos más caros del presidente Néstor Kirchner. A un costo que superará los 1.200 millones de dólares, su construcción exigirá los más sólidos conocimientos en mecánica, en ingeniería vial y en malversación de fondos públicos. "Acá, en el ministerio, medio que bromeamos y decimos que el día que se firme el contrato para iniciar la obra podría instituirse la Jornada Nacional del Diego, la Mordida y la Tarasca", confiesa un alto funcionario cercano a Julio De Vido. En tal sentido, una fuente del ministerio reconoció que la tecnología de punta se aplicará en todas las áreas del proyecto, incluido lo que se conoce oficialmente como "operativo retornos", ya que "los negociados y pagos ilegales se realizarán mediante complejos sistemas electrónicos de última generación, que transformarán a la Argentina en un modelo a seguir en cuanto a la gestión y recepción de tarascas".

"Su construcción exigirá los más sólidos conocimientos en mecánica, en ingeniería vial y en malversación de fondos públicos", vaticinaba la revista (número 110 – 8/6/07, pág. 12). *Barcelona* busca generar un acuerdo de humor y resignación cínica, pero también invita a leer la realidad desde un punto de vista menos inocente.

Una de las novedades de la revista fue dotar a ese "verosímil de la estafa" de un status noticiable. El paso de la ficción al relato periodístico pone en evidencia los imaginarios que estructuran nuestra realidad y extrema las hipótesis de lo probable. Para los diarios *serios*, en cambio, la objetividad es el único verosímil validador. Por eso construyen un relato en apariencia neutro, con citas a fuentes "confiables" que muestran "las dos caras" de un problema. Así se logran "esconder los mecanismos de inclusión, exclusión y jerarquización informativa"[170], en una dinámica que acota la labor periodística y sitúa la realidad en un marco más o menos previsible: hay cosas que pueden suceder y otras que simplemente no sucederán jamás... salvo para *Barcelona*.

[170] Miceli, Albertini y Giusti; op. cit.; pág. 11.

Conclusión

A lo largo de este trabajo se intentó probar que *Barcelona* plantea una clave de lectura de la realidad opuesta a la de los grandes medios, en una doble sátira que ridiculiza tanto a los sujetos de la noticia como a los mecanismos retóricos mediante los cuales se reconstruyen los sucesos.

En este sentido, logra sentar una posición firme ante los problemas de la política nacional y mundial. Siempre crítica, apela al sarcasmo para editorializar sobre las miserias de los funcionarios y las deformaciones que tienen lugar cuando se comunican sus acciones.

La revista transita por una zona tensa. Hay una forma periodística con un contenido ficticio, pero no deshonesto: sus responsables encuentran la realidad injusta. Por eso crean una pequeña venganza quincenal contra quienes buscan naturalizar los discursos de "normalidad". Aún en los casos más dolorosos -como en los sucesos posteriores a la tragedia de Cromañón- se mantienen fieles a su esperanza de desactivar los imaginarios del sentido común.

Barcelona cuestiona las prioridades y los silencios de los medios más poderosos, cuyo carácter de empresas periodísticas conspira contra la ecuanimidad informativa. La publicación reintepreta sus agendas con la cuestión del poder siempre presente, en una discontinuidad que busca desmontar las narrativas que construyen la ilusión de objetividad.

A diferencia de *Clarín*, que suele apelar a distintas fórmulas para despersonalizar la información, *Barcelona* siempre procura individualizar a los protagonistas de los hechos, sin institucionalizar sus intervenciones. Cualquiera de sus periodistas no dudaría en afirmar que los procedimientos pretendidamente serios del matutino desinforman más que la revista, compuesta por noticias ficticias pero que buscan evidenciar las reales intencionalidades de los actores de la noticia.

En relación con sus contenidos específicos, denunció un desfasaje entre el discurso de refundación transformadora del kirchnerismo y las medidas político-económicas que mantuvieron casi inalteradas las relaciones de poder en el país. Tampoco es benévola con la sociedad argentina. Caracteriza a las clases medias urbanas como inconsistentes en sus reclamos, apáticas ante el sufrimiento ajeno y con ideas básicamente de centroderecha, despojadas de cualquier rasgo "progresista".

La misma burla al concepto de "progresismo" es una de las claves de acceso más importantes a su contrato de lectura. La ridiculización de un cuerpo de ideas difuso, incapaz de instalarse en la sociedad con cierto éxito, implica un pacto con el lectorado, presumiblemente urbano y de centroizquierda en su mayoría: reírse de los propios imaginarios habilita el sarcasmo sobre cualquier tema.

El análisis realizado abre al menos dos interrogantes. Por un lado, cuáles son los efectos que *Barcelona* tiene en el público: cómo se interpretan sus textos y a quién incluye su contrato. ¿Se lee como periodismo, como un ejercicio humorístico o con la conciencia de que es un híbrido sarcástico? ¿Cómo se interpreta la cuestión de los límites cuando el *leit motiv* es el desafío permanente?

Por otra parte, resultaría interesante indagar sobre la influencia que la revista ha ejercido sobre otros medios gráficos. En sus casi seis años de existencia se convirtió en una referencia ineludible para muchos periodistas, que ven ridiculizados procedimientos a los que apelan cotidianamente (el uso del "ahora dicen" irónico, por ejemplo, se ha transformado en un guiño cómplice en la prensa gráfica). ¿Contribuyen sus intenciones rupturistas a generar un clima de mayor distensión y escepticismo al interior de los medios?

La publicación realiza un abordaje periodístico sarcástico e inteligente, dentro de un circuito de lectores reducido pero fiel. Su portada dispara una breve carcajada, que enseguida da paso a comentarios sobre la forma en que se interpreta la realidad con acidez y precisión.

Hoy, cuando ciertas noticias sorprenden por inverosímiles, se dice que parecen “sacadas de *Barcelona*”. La frase no sólo transmite incredulidad. También expresa el triunfo de la idea-fuerza de la revista: los hechos ya son absurdos, por lo que sólo pueden pensarse desde la sátira.

En su crítica constante a la forma en que los medios reconstruyen la realidad, *Barcelona* plantea un contrato inédito. Cuestionarse todo, no importa cuán caro sea a los propios ideales y sentimientos, es la única forma de alcanzar una incomodidad liberadora.

Bibliografía

- Anguita, Eduardo; *Grandes Hermanos: Alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*; Ediciones Colihue; Buenos Aires; 2002.

- Bonilla Vélez, José I.; "Crisis de lo público y medios de comunicación: información, paz y democracia en Colombia"; en Entel, Alicia (comp.), *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*; Paidós; Buenos Aires. 1997.

- Bracuto Verona, Guadalupe y Conde, Fernando; *Análisis semiótico de Barcelona*; Trabajo presentado en la cátedra de Semiología; Carrera de Diseño Gráfico; Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo; Universidad de Buenos Aires; Buenos Aires; 2006.

- Colombo, Furio; "Cómo nace una noticia y Cómo muere una noticia"; en *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*; Anagrama; Barcelona; 1997.

- Constantini, Marcelo; "Entrevista a Jorge Lanata"; en González, Horacio; *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*; Paradiso; Buenos Aires; 1992.

- Constantini, Marcelo; "Un mito diario"; en González, Horacio; *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*; Paradiso; Buenos Aires; 1992.

- Gomis, Lorenzo; "Los interesados producen y suministran los hechos"; en *Teoría del periodismo*; Paidós; Barcelona; 1991

- González, Horacio; *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*; Paradiso; Buenos Aires; 1992.

- Lafourcade, Alejandro; *La revista* Humor *como medio opositor a la dictadura militar*; Tesina de grado; Licenciatura en Periodismo; Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social; Universidad del Salvador; Buenos Aires; 2004.

- Martini, Stella; “El sensacionalismo y las agendas sociales”; en *Diá-logos de la comunicación*, Nº 58, junio 1999.

- Martini, Stella*; La sociedad y sus imaginarios*; Documento de la cátedra Teorías sobre el Periodismo; Facultad de Ciencias Sociales; Universidad de Buenos Aires; Buenos Aires; 2003.

- Martini, Stella; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; Editorial Norma; Buenos Aires; 2000.

- Martini, Stella y Gobbi, Jorge; *La agenda de los medios y el reconocimiento del público: una propuesta de discusión*; Documento de la cátedra Teorías sobre el Periodismo; Facultad de Ciencias Sociales; Universidad de Buenos Aires; Buenos Aires; 1997.

- McQuail, Dennis; “Teoría de los *media* y teoría de la sociedad”; en *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*; Paidós; Barcelona; 1999.

- Miceli, Walter, Albertini, Emiliano y Giusti, Eugenia; “Noticia = negociación política”; en *Oficios Terrestres*, Publicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social; Universidad Nacional de La Plata; año V; nro. 6; 1999.

- Mouchon, Jean; “Las prácticas del periodismo y la palabra instituida”; en *Políticas y medios*; Gedisa; Barcelona; 1999.

- Price, Vincent; “Conceptualización del proceso de la opinión pública”; en *Opinión pública*; Paidós; Barcelona; 1994.

- Sunkel, Guillermo; *La prensa sensacionalista y los sectores populares*; Editorial Norma; Bogotá; 2002.

- Ulanovsky, Carlos; *Paren las rotativas*; Editorial Espasa; Buenos Aires; 1997.

Artículos de diarios

- Campanario, Sebastián; “Economía, seguridad, salud y educación: las claves de la Argentina que recibe Cristina”; *Clarín*; 9/12/07.

- Caparrós, Martín; “La Artruchina”; *Crítica de la Argentina*; 4/7/08.

- Casullo, Nicolás; “El conflicto de las interpretaciones”; *Página/12*; Edición digital; 10/12/07.

- “Contratapas contra todo”; *La voz del Interior*; Edición digital; 28/3/07.

- “El Gobierno entregó un millonario subsidio a Sabato para el museo que llevará su nombre”; *Clarín*; Edición digital; 6/9/06.

- Feinmann, José Pablo; “La construcción de la derrota”; *Página/12*; Edición digital; 25/6/07.

- Novaro, Marcos; “Una regla para el peronismo”; *Página/12*; Edición digital; 10/12/2007.

- “Ya tiene su concurso fotográfico la nieve en Buenos Aires”; *Clarín*; Edición digital; 15/7/2007.

- Zeiger, Claudio; “Después de hora”; Suplemento *Radar*; *Página/12*; Edición digital; 29/6/03.

Artículos de revistas

- Amado Suárez, Adriana; “Puto el que lee”; *Plan V*; 1/7/06.

- Carlón, Mario; “Y al final... ¿qué hacemos con Barcelona?”; *La Crujía*; Buenos Aires; octubre de 2006.

- Maratea, María; “El hombre de los venenos”; *Rolling Stone*; enero de 2004.

- Plotkin, Pablo; “Mucha risa por aquí”; *Rolling Stone*; diciembre de 2007.

- Valle, Agustín; “La noticia es el poder”; *Zoom*; Edición digital; 24/9/08.

Sitios web

- *Agencia de noticias EFE*, cable informativo del 19/6/08.
- Diccionario de la lengua española; Real Academia Española; Vigésima segunda edición; 2001; Edición digital.
- Durán, Jimena; "Un (des)encuentro por gritos impúdicos. La circulación de Barcelona"; *Gof.com.ar*.
- "El Papa no usa Prada"; *BBCMundo.com*; 27/6/2008.
- Fernández, Lucas Emilio y Medina, Emmanuel; "*Cerdos & Peces*, postales o aguasfuertes de la primavera democrática"; *Fundación Diagonal Sur*; 2004.
- "Lo nuestro es periodismo lisérgico"; Entrevista a Ingrid Beck; *Defensoria.org*; Newsletter 17; Buenos Aires; marzo 2007.
- Nicastro, Juan; "Del decir lo que nadie dice, a ser funcionales, hay un paso"; *Barilochense.com*.
- Von Rebeur, Ana; "Breve historia de las publicaciones humorísticas argentinas"; *Mediosindependientes.com*; diciembre 2002.

Entrevistas realizadas por el autor

- Pablo Marchetti; 26/7/07.
- Mariano Lucano; 5/9/07.
- Ingrid Beck; 13/12/07.
- Luis Alberto Quevedo; 29/5/08.

Corso, Pablo
La revista Barcelona y el fin de los límites. - 1a ed. - Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires, 2010.
Internet.

ISBN 978-950-29-1194-6

1. Periodismo . I. Título
CDD 070.4

Fecha de catalogación: 26/02/2010

Esta obra se encuentra protegida por derechos de autor (Copyright) a nombre de Pablo Corso (2010) y se distribuye bajo licencia Creative Commons atribución No Comercial / Sin Derivadas 2.5.

Se autoriza su copia y distribución sin fines comerciales, sin modificaciones y citando fuentes. Para más información ver aquí: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/