



Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Relaciones Públicas | Sede Rosario

Trabajo final

Título: Construcción del discurso por parte de medios gráficos argentinos e ingleses durante la Guerra de Malvinas (2 de abril al 14 de junio de 1982).

Alumna: Cudós, Angela.

Tutora: Nasurdi, María.

Fecha: 18/08/22



Construcción del discurso por parte de medios gráficos argentinos e ingleses durante la Guerra de Malvinas (2 de abril al 14 de junio de 1982).





A mi tío, a todos sus compañeros del Batallón bim 5 -sector comunicaciones-, a los que no son recordados, a los que ya no están y a los que regresaron.

Amor, respeto y memoria. GRACIAS



AGRADECIMIENTOS

Estoy hecha de retazos

Pedacitos coloridos de cada vida que pasa por la mía y que voy cosiendo en el alma.

No siempre son bonitos, ni siempre felices, pero me agregan y me hacen ser quien soy.

En cada encuentro, en cada contacto, voy quedando mayor..

En cada retazo una vida, una lección, un cariño, una nostalgia...

Que me hacen más persona, más humana, más completa.

Y pienso que es así como la vida se hace: de pedazos de otras gentes que se van convirtiendo en parte de la gente también.

Y la mejor parte es que nunca estaremos listos, finalizados ...

Siempre habrá un retazo para añadir al alma.

Por lo tanto, gracias a cada uno de ustedes, que forman parte de mi vida y que me permiten engrandecer mi historia con los retazos dejados en mí. Que yo también pueda dejar pedacitos de mí por los caminos y que puedan ser parte de sus historias.

Y que así, de retazo en retazo podamos convertirnos, un día, en un inmenso bordado de "nosotros".

Estoy hecha de retazos. Gracias por cada retazo.

Cora Carolina.

Este trabajo final hubiese sido imposible realizar sin la participación de los retazos que me componen. Por eso, para mí es un verdadero placer utilizar este espacio para expresarles mis agradecimientos.

A mi tutora María Nasurdi, a quien debo agradecer de manera especial por aceptarme para realizar esta tesis bajo su dirección. Su apoyo, dedicación, esfuerzo y su capacidad para guiar mis ideas fue un aporte invaluable. También por la motivación constante, acompañándome desde el primer momento y día a día en realizar este trabajo final

A mi directora de la carrera Lic en Relaciones Públicas, María Belén Martino, quien me acompañó durante todo el transcurso de la cursada, destacando su disponibilidad, apertura al diálogo, paciencia y generosidad para compartir tanto su experiencia como conocimientos y consejos. Le agradezco también por siempre



estar atenta y dar respuestas rápidas a las diferentes inquietudes surgidas durante el desarrollo de este trabajo.

A mis profesores de la universidad, con los cuales tengo una excelente relación, gracias por haber compartido conocimientos y experiencias de tipo profesional y personal que fueron de gran valor. Debo destacar a Mariana Maestri -profesora de la materia Taller de trabajo final- para quien dedico un agradecimiento especial por ayudarme con todo lo que conlleva el proceso inicial de este escrito.

A mis compañeros de este viaje. Hoy, juntos, culminamos esta maravillosa carrera y no puedo dejar de recordar cuantas tardes y horas de estudio compartimos a lo largo de nuestra formación. Cerramos un capítulo extraordinario y les agradezco por su apoyo y constancia, al estar en las horas más difíciles y por el tiempo que me concedieron despejando mis dudas e incertidumbres. Sin ustedes, este trabajo nunca se hubiera escrito y, por eso, es también el suyo.

A mi mamá y mi papá que siempre son el motor que impulsan mis sueños y esperanzas, quienes me dieron la total libertad de volar alto estando lejos de casa, quienes me apoyaron incondicionalmente en cada decisión. Siempre fueron mis mejores guías de la vida. Ya llegando a la recta final de mis estudios, les dedico a ustedes este logro tan importante, por apostar en mi formación y sobre todas las cosas, creer en mí, cuando ni yo lo hacía.

A mi familia, a mis amigas y a mis amigos por escucharme y aconsejarme cada vez que lo necesite, por ayudarme a reflexionar y a ser una mejor persona todos los días, por el apoyo, la fuerza, el aliento y respaldo incondicional que siempre me brindaron. A pesar de la distancia, siempre los sentí a mi lado.

A mis compañeros inseparables de cuatro patas. Blondy, Franca, Blass, Ramón y Pastor por siempre estar a mi lado, por darme la tranquilidad en los momentos justos y por hacerme la persona más feliz del mundo. Gracias por enseñarme lo que es la fidelidad. el amor puro y el compañerismo.

Me vine a Rosario con una valija de ropa y un cuaderno. Y me voy de acá con muchas experiencias, con un título bajo el brazo, y por supuesto, con miles de retazos. A todos ustedes, infinitas gracias.



RESUMEN

El presente trabajo final de investigación, pretende indagar los mecanismos aplicados por el gobierno militar para manipular y deformar la percepción de la Guerra de las Malvinas. Para ello, se analizarán las fotografías con sus títulos y epígrafes publicadas en la revista Gente y el diario Clarín durante el 02 de abril y 14 de junio del año 1982, período en que gobernaba una Dictadura Militar en la República Argentina.

Asimismo, se analizará si el contenido de dichas publicaciones varió según las distintas etapas de la Guerra, comparándolo con la prensa inglesa: The Sun y Daily Mirror.

La propuesta no es analizar la guerra como hecho histórico en sí, sino intentar determinar cómo trabajó el factor de poder, los medios de comunicación.

PALABRAS CLAVES

Guerra de Malvinas - Medios de comunicación gráficos - Prensa Argentina - Prensa Inglesa - Manipulación



CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO POR PARTE DE MEDIOS GRÁFICOS ARGENTINOS E INGLESES DURANTE LA GUERRA DE MALVINAS (2 DE ABRIL AL 14 DE JUNIO DE 1982).

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN - La memoria pincha hasta sangrar	1
CAPÍTULO I - Construcción del trabajo	5
OBJETIVOS	5
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	6
MARCO TEÓRICO	7
METODOLOGÍA	11
CAPÍTULO II - Un minuto de silencio	14
ISLAS	14
LA SITUACIÓN DE ARGENTINA ANTES DEL CONFLICTO	15
LA SITUACIÓN DE INGLATERRA ANTES DEL CONFLICTO	20
REVISTA GENTE	23
DIARIO CLARÍN	25
THE SUN	26
DAILY MIRROR	27
CAPÍTULO III - Los relatos de la guerra (o la guerra de los relatos)	29
CAPÍTULO IV - El engaño en primera plana	40
ANÁLISIS DE LAS TAPAS NACIONALES	41
CAPÍTULO V - La guerra (in)visible	67
ANÁLISIS DE TAPAS INTERNACIONALES	68



CONCLUSIONES - El silencio no es mi idioma	78
BIBLIOGRAFÍA	86
ANEXOS	89



INTRODUCCIÓN - La memoria pincha hasta sangrar

“Los diarios mienten a diario y no entendés cómo es que tanta gente sólo compra noticias al revés”

Señales - Callejeros

La guerra de Malvinas que llevó a cabo la junta militar en 1982 fue uno de los sucesos más importantes de la historia argentina del siglo XX. La derrota llevó no solo a una aceleración de la caída del régimen militar, sino que implicó que la cuestión se constituyera en una causa de enorme valor simbólico, y a la vez una herida abierta en la historia sociopolítica del país, aún no cicatrizada.

Proceso de Reorganización Nacional, así se llamó al período entre 1976 y 1983, la dictadura cívico-militar que gobernó a la República Argentina contó con una clara participación de los medios masivos de comunicación para la construcción de un discurso oficial de la realidad. La guerra de Malvinas no fue la excepción. En dicho conflicto bélico, se enfrentaron militarmente la Argentina y el Reino Unido para declarar la soberanía de las islas. Aquel 2 de abril de 1982, los diarios y revistas nacionales anunciaban el desembarco de tropas argentinas en Malvinas y de esta forma, aunque la mayoría de las personas no lo sabía, continuaba la historia de censura total.

La libertad de prensa es uno de los pilares básicos en una sociedad funcional y sana, y puede que lo demos por hecho hoy día, pero años atrás y hasta incluso actualmente en ciertos lugares en el mundo, la información está controlada por dictadores y la verdad se moldea para servir a aquellos que tienen el poder.

El análisis no puede abstenerse del contexto histórico, político y social en que dicha guerra se desarrolló, por lo que creemos pertinente aclarar que La Junta Militar y Leopoldo Galtieri -presidente de la Nación en aquel entonces- jugaron su última carta para lograr revertir la falta de consenso universal a un sistema autoritario y desprestigiado, utilizando así la guerra para desviar la atención de los problemas internos y para alargar su vida en el poder. Además, usaron la influencia de los medios para terminar con un malestar social que estaban viviendo los ciudadanos argentinos y aprovecharon la vulnerabilidad y el clima de incertidumbre de los mismos, para realizar una apelación extrema hacia las emociones o mentiras



emotivas, por lo que la información durante la guerra de Malvinas no escapó a las condiciones generales de la dictadura.

Dicha situación se percibe como una problemática de investigación ya que los medios de comunicación no cumplieron su rol fundamental: informar, incluso hicieron uso de un lenguaje específico -casi la totalidad de los medios gráficos escribían sus titulares en primera persona plural, ya que esta forma de relatar generaba un sentimiento de unidad, apoyo y cercanía-. De esta manera los ciudadanos se hacían partícipes de esta guerra en forma indirecta. También, recortaron testimonios, editaron fotografías y establecieron visiones triunfalistas, alimentando así la euforia popular que despertó el sentimiento patriótico con la intención de orientar a la población a percibir una imagen diferente a la que realmente existía.

A partir de 1930, nuestro país sufrió seis Golpes de Estado, por ende, hacía varios años que los militares se encontraban en el poder y de esta forma controlaban, censuraban, y hasta incluso cometían crímenes a todas aquellas personas que se les oponían, como por ejemplo: periodistas y/o trabajadores de prensa, por lo que los mismos debieron escribir y contar historias alineadas con el pensamiento del gobierno de turno. Además, hay que resaltar que durante la Guerra de Malvinas, los medios de comunicación recibieron un documento del gobierno titulado: *“Pautas a tener en cuenta para el cumplimiento del acta de la junta militar disponiendo el control de la información por cuestiones de seguridad”*, donde se encontraban varias condiciones, entre las que cabe destacar las siguientes: *“Evitar difundir información que atente contra la unidad nacional; reste credibilidad y/o contradiga la información oficial; destaque neutralismo activo a favor de Gran Bretaña; haga referencia a unidades militares, equipo y/o personal militar sin previa autorización del Estado Mayor Conjunto...”*

El denominador común, es que ninguno de los medios nacionales puestos bajo análisis prioriza el episodio de Malvinas a partir de la guerra, sino que más bien se han ocupado de dar sentido a otros aspectos tales como la unidad nacional, la entrega del pueblo a una causa común, la valentía de los soldados, etc. En otras palabras, fue más importante el esfuerzo por construir el símbolo de Malvinas que



referirse a las circunstancias que estaban sucediendo y las consecuencias que la guerra iba a tener sobre el futuro del país.

La prensa inglesa se encontraba bajo el gobierno ultraconservador pero democrático de Margaret Thatcher, por lo que se implementó un esquema de control durante los días de la guerra pero se puede observar que los medios británicos, contaban una historia muy diferente a la que se relataba oficialmente en Argentina ya que la guerra era representada sin mayor trascendencia; ellos no solo hablaban de la guerra, Malvinas era un tema más junto con tantos otros.

“En una historia de los medios y las coberturas de la información, la guerra de Malvinas fue, básicamente, una guerra narrada, relatada” (Escudero, 1996, V).

Hay relatos que son lindos de contar, otros no tanto. Este relato, de alguna forma u otra, pide a gritos ser expresado. De eso se trata este trabajo final, de poder demostrar cómo los medios gráficos construyeron un discurso creando así una realidad paralela con respecto a lo sucedido en aquella guerra. Sobran análisis sobre cuestiones políticas, pero creo que es un momento oportuno para abrir el panorama y, más allá de la discusión sobre la soberanía, ser capaces de oír voces que no fueron escuchadas anteriormente.

Y de hecho, aunque existe abundante información en cuanto a dicho tema de investigación, en este caso, se pretende realizar una nueva contribución que enriquezca los aportes ya existentes, planteando así como objetivo analizar la problemática desde el punto de vista de las Relaciones Públicas y dar visibilidad, difusión y conocimiento de hechos y personajes que aún no están presentes en nuestra memoria colectiva.

Además, se propone ampliar el material teórico sobre el tema tomando como objeto no solamente a los medios nacionales sino a el “otro” involucrado, los medios británicos. A su vez de indagar en el rol de los medios, hay otro interrogante necesario para trabajar este tema: ¿qué condiciones existían en la sociedad para que esas mentiras hayan sido creíbles?

La idea de profundizar en el relato periodístico sobre la guerra de Malvinas es una necesidad, en primera instancia, profesional debido a que se realizará un análisis exhaustivo sobre los medios de comunicación y, en segunda instancia



personal ya que se trata de una cuestión de interés propio al ser familiar de un excombatiente, además, es un sentimiento nacional que se encuentra fuertemente presente y es uno de los pilares que constituye la identidad del pueblo argentino, siendo las islas Malvinas uno de esos espacios de la memoria donde el orgullo y el dolor arden juntos.

Comprender la guerra de Malvinas va mucho más allá de pensarla como la última oportunidad que vio la dictadura para lograr cierto grado de consenso, frente a la decadencia y la falta de legitimidad que estaba experimentando en esos años. Si bien esto es cierto, Malvinas involucró a toda la sociedad civil-política y movilizó a cada uno de los argentinos en un contexto histórico determinado, y su reconocimiento y análisis es parte de la ruptura de ese silencio. Hablar de Malvinas, pensarla, sentirla, analizarla, criticarla, desmenuzarla y relacionarla, es la posibilidad de digerir nuestra historia reciente, lo que abriría la comprensión de un proceso histórico del que fuimos y somos parte.

La palabra Malvinas concentra múltiples sentidos, Malvinas fue y es el nombre de varias cosas: la usurpación colonial, la única guerra librada por la Argentina en el siglo XX durante una dictadura, los traumas y el abandono de la posguerra, la memoria de los caídos. Y es, además, en este caso en concreto, la oportunidad de reflexionar sobre la actuación de los medios de comunicación.



CAPÍTULO I - Construcción del trabajo

“La primera víctima cuando llega la guerra es la verdad”
Senador estadounidense Hiram Johnson (1917), durante la PGM.

OBJETIVOS

Teniendo en cuenta los lineamientos planteados anteriormente, los objetivos del presente trabajo serán:

Objetivo general:

Describir cómo se construyó el discurso de los hechos noticiosos publicados por medios gráficos con mayor alcance poblacional argentinos e ingleses desde el 2 de abril al 14 de junio de 1982.

Objetivo específico:

Comparar las noticias publicadas entre los medios gráficos nacionales e internacionales en el período de Malvinas.

Para lograr la concreción de los objetivos planteados anteriormente, la división del trabajo final se realizará en capítulos tanto teóricos como capítulos que corresponden al análisis del caso en concreto.

El primer capítulo contendrá los puntos centrales de este trabajo, entre ellos, fundamentalmente el objeto de estudio puesto bajo análisis, el marco teórico y la metodología que se utilizará

El segundo capítulo buscará dar un panorama general de la situación en Argentina -sobre la dictadura y las prácticas de censura que aplicó a los medios de comunicación- y la situación en Inglaterra. Además de realizar un breve recorrido por los medios gráficos puestos bajo análisis.

El tercer capítulo reunirá una revisión bibliográfica de los principales conceptos sobre los que se fundamenta el trabajo final.

El cuarto capítulo consistirá en un análisis de las principales tapas de los diarios y revistas argentinas durante la guerra de Malvinas.



El quinto capítulo realizará una tarea similar, pero tomando como objeto los periódicos internacionales.

Por último, se incluirá una conclusión que busque recapitular las principales ideas desarrolladas a lo largo de todo el trabajo.

PLANTEO DEL PROBLEMA

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El inicio de la democracia dio cuenta de trabajos académicos que se enfocaron en abordar la historia reciente, que generaron una nueva perspectiva que abrió puertas para darle voz presencia/espacio a las voces oprimidas durante la dictadura militar y así poder resignificar el pasado reciente.

Con el objetivo de presentar un punto de partida para dicho análisis en cuestión, se procuró seleccionar diferentes publicaciones, ya sean libros, artículos y tesis/trabajos finales, que lograron investigar la información publicada por numerosos medios de comunicación de la República Argentina sobre la Guerra de Malvinas. Además, servirán como un aporte muy significativo para esta investigación en cuestión.

En primera instancia, encontramos autores como Lucrecia Escudero, quien en su libro “Malvinas: el gran relato”, basado en su experiencia personal y en sus extensas investigaciones sobre los mecanismos de información durante la guerra, en la primera parte de su estudio analiza los sistemas de producción de la información en los principales diarios argentinos y la forma de focalización de los temas principales, y a su vez propone una interpretación discursiva de las formas de la narración de las noticias de la guerra y la circulación de rumores y desmentidos.

En segunda instancia destacamos varios estudios principalmente relacionados con la guerra de Malvinas del área de la comunicación pertenecientes a diferentes universidades, como por ejemplo: “Malvinas en los medios: Realidad o Ficción” de Micaela Montesano donde analiza las distintas miradas de los medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales, “Fotoperiodismo y Guerra de las Malvinas” de Antonela Lizzoli, en el cual y como bien lo indica el nombre del mismo, se centra en las fotografías publicadas por diferentes diarios y revistas,



“Malvinas y “Gente”: El poder de los medios de comunicación” de Lisandro Mazzieri en donde se realiza un enfoque específico de la revista “Gente. y Dictadura Militar Argentina: La estrategia de comunicación durante la Guerra de Malvinas” de Ramón Garcés el cual se analiza si el contenido de los medios de comunicación variaban a medida que transcurría la guerra.

Y, por último, en los artículos publicados por “La Trama de la Comunicación”, utilizaremos “Gente y la Guerra de Malvinas” de María Laura Marchetti donde analiza el universo fotográfico construido por la revista “Gente y la Actualidad” durante el período abril–junio de 1982

MARCO TEÓRICO

Desde el punto de vista teórico, la investigación propone articular nociones y perspectivas provenientes del campo de las Ciencias de la Comunicación. Por ello, se revisarán ciertos conceptos claves de autores trabajados durante la Licenciatura en Relaciones Públicas. Para esto, se consideró que al lector le resultará más sencillo entender los términos si se inicia explicando los mismos de forma más general hasta concluir con los más específicos y particulares.

En primera instancia, se considera pertinente recordar la definición de las *relaciones públicas*. Podemos conceptualizar a las mismas como un conjunto de acciones de comunicación que tienen fines estratégicos y sociales y un principio de verdad aplicadas a los vínculos entre una organización, el gobierno o una persona de relevancia pública y sus públicos.

Jordi Xifra, licenciado en dicha profesión, las definió como “*forma de comunicación dotada de unas técnicas concretas que utiliza una persona, una institución pública o privada, una empresa, una iniciativa con el objetivo de crear, modificar o consolidar su imagen pública, con la intencionalidad de que sea positiva y satisfactoria, respecto a un público objetivo normalmente definido con antelación*” (Xifra, 2003, 1)

Para continuar con los conceptos que están más estrechamente relacionados con esta investigación, revisaremos la noción de los “*medios de comunicación*” ya que serán el eje central a desarrollar y describir a lo largo del trabajo final. Se puede definir a los mismos por su carácter de fuente de información y de conocimiento



ejerciendo una gran influencia sobre el público en general, son una manera de ver y representar la realidad ya que cada uno refleja una visión de la sociedad y del mundo, pero si el contenido de los medios está distorsionado respecto a la realidad, la imagen que tengamos del mundo que nos rodea también lo estará.

“Los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. con esto se destaca que el mundo que nos rodea es demasiado grande como para poder acceder a la información de primera mano por medios propios” (Lippmann, 1922, 20)

Teniendo en cuenta que: *“los medios nos muestran qué hay en el mundo, nos indican la importancia relativa de las cosas que hay en el mundo y nos suministran juicios valorativos acerca de las cosas que hay y que suceden en el mundo”* (Sandoval, 2001., 3), se puede afirmar que existe una distorsión del contenido respecto a la *realidad*.

“La realidad se construye socialmente” (Berger & Luckmann, 1996, 11) sostienen dichos autores. Se entiende a la "realidad" como una serie de fenómenos externos a los sujetos y al "conocimiento" como la información respecto a las características de esos fenómenos, aunque se considera necesario aclarar que la recepción de la información no es sinónimo de conocimiento, por lo que al leer una noticia de un diario o revista no hará generar conocimiento pero sí, una realidad.

Al analizar el fotomontaje de distintos medios gráficos masivos de comunicación, decidimos destacar que, *“La fotografía no es la realidad sino uno de los innumerables modos, todos convencionales, de representarla. La realidad es algo mucho más complejo que aquello que la fotografía nos puede comunicar”*. (Martínez de Aguirre, 2000, 37)

A partir de que los medios de comunicación realizan un recorte de la realidad a través de la *noticia*, se decidió definir dicho concepto.

Se entiende a la misma como el recorte de la realidad que se quiere dar a conocer ya que se refiere a un hecho novedoso atípico ocurrido dentro de una comunidad o determinado ámbito específico, que hace que merezca su divulgación. Es decir, que merece ser informado por poseer algún tipo de relevancia social. Una



noticia es el relato de un texto informativo que se quiere dar a conocer y que se refiere a un hecho novedoso -hechos nuevos, raros-, el mismo tiene que ser actual -los hechos deben ser recientes, actuales-, consecuente -que afecte la vida de las personas-. o prominente -personas involucradas relevantes-.

Galtung y Ruge estudiaron los críticos por medio de los cuales los sucesos se seleccionan como “noticias”, estableciendo así, los valores noticiosos, y afirmaban que los criterios noticiosos dependen del contexto sociocultural en el que opera el medio.

Entendiendo que a la *opinión pública*, la construyen fundamentalmente los medios masivos de comunicación, se trabajará con esta noción para explicar y detallar que al proceso de formación de la misma se lo puede contemplar desde dos miradas:

En la primera, el tema se instala en el debate desde el poder, bajando por los distintos niveles que conforman el sistema: desde medios de comunicación, líderes de opinión, grupos de ciudadanos, hasta llegar a las bases, es decir, a los ciudadanos en su espacio público. Es decir que todos son capaces de producir una opinión propia con fundamentos y optar por tener una postura respecto a un tema en particular, aunque hoy en día es muy difícil ya que nos encontramos sometidos e influenciados por los grandes medios de comunicación o por grupos de interés. Y, en la segunda, se puede dar de forma contraria, es decir, de abajo hacia arriba, comenzando en temas de interés de los ciudadanos en las bases, continuando por los grupos ciudadanos, líderes y de opinión, los medios hasta llegar al poder.

Cabe destacar que, las opiniones surgen a partir de problemas o temas en particular, más particularmente surgen en el contexto de una crisis y es ahí, donde los individuos tienen que elegir entre ciertas opiniones y definir su postura.

“Las Relaciones Públicas ayudan a la dirección a estar informada de la opinión pública y a ser sensible a la misma” (Grunig y Hunt, 2000, p.53).

Ahora bien, cada medio de comunicación genera un *discurso* destinado a un público determinado por lo que se consideró pertinente traer a colación a María Laura Braga, quien revalorizando a Eliseo Verón en la Semiosis Social, afirmó que



“los discursos sociales son textos, es decir, conjuntos presentes en la sociedad que se componen de diversas materias significantes (escritura e imagen, imagen y palabra; escritura, imagen y sonido; etc.)” (Braga, 1999, 245)

En base a la cita anterior, se puede afirmar que el hecho de analizar los discursos sociales explica, entonces, el estudio de la construcción de lo real. Además, entendiendo a los medios de comunicación como máquinas de producción de la realidad social se puede decir que hechos que componen la misma no existen antes de que los medios los construyan.

Por otra parte, debemos destacar que el autor distingue dos niveles de discurso: el nivel del enunciado: lo que se dice y el nivel de enunciación: las modalidades de decir el contenido. Esta diferenciación será esencial para entender el énfasis en las visiones triunfalistas generadas por parte de los medios gráficos. También existen dos lecturas posibles: la del proceso de producción -de generación- y la del consumo, de recepción de ese mismo discurso.

Además, según Stuart Hall *“En el momento en que un hecho histórico pasa bajo el signo del discurso, está sujeto a todas las 'reglas' complejas formales a través de las cuales el lenguaje significa. Para decirlo en forma paradójica, el evento debe convertirse en una 'historia/relato' antes que pueda convertirse en un evento comunicativo”; Así entonces, la elaboración de una noticia implica una construcción discursiva de los hechos.* (Hall, 2004, 218)

A pesar de haber presentado diversos conceptos, es pertinente destacar una teoría de comunicación y un modelo de relaciones públicas que ayudarán a explicar, en parte, la actuación por parte de los medios de comunicación masivos.

Comenzando con la primera teoría, la *teoría del framing* Además, rechaza el objetivismo argumentando que el periodista encuadra la realidad y aporta su punto de vista al informar lo que ocurre, es decir, los medios reflejan una realidad social a la que contribuyen con sus propios marcos a través de la selección de ciertos temas y el descarte de otros. Es un proceso de transmisión de sentido ya que va de los medios a la audiencia y de la audiencia a los medios a través de las noticias.



En definitiva, los frames son los principios de organización compartidos socialmente, persistentes en el tiempo y que trabajan simbólicamente para estructurar con significado el mundo social.

El *modelo de agente* de prensa es precisamente un modelo de relaciones con los medios de comunicación. El mismo, fue planteado por James Grunig y posee una comunicación unidireccional, es decir que no existe el feedback por parte de los públicos y siempre que se transmite información, se comunica algo positivo de la empresa. Además tiene una visión propagandística, persuasiva y puede ser desinformativa. Las personas que lo practican se aprovechan de la credulidad del público y de sus ganas de entretenimiento, aunque terminen decepcionados. Los anuncios y las noticias en prensa se exageran hasta el punto de ser mentiras ultrajantes. Aún así, la necesidad del público de entretenerse, aceptaba esas exageraciones.

METODOLOGÍA

Con respecto a la metodología de esta investigación, se enmarcará dentro del paradigma cualitativo ya que *“se interesa, en especial, por la forma en que el mundo es comprendido, experimentado, producido; por el contexto y por los procesos; por la perspectiva de los participantes, por sus sentidos, por sus significados”* (Vasilachis de Gialdino, 2006, 4), específicamente un estudio de caso, ya que el mismo es un conjunto previamente definido que trata fenómenos contemporáneos en situaciones de la vida cotidiana real. La particularización y especificación de los relatos de la prensa en torno a Malvinas es el eje de interés ya que se busca comprender el cómo, por qué y cuáles son las razones de la actuación por parte de los medios gráficos de comunicación.

El conflicto bélico quedó registrado en diversos soportes visuales gracias a los medios de comunicación de masas. Imágenes de televisión, fotografías, artículos de prensa, diarios, revistas, publicidades, caricaturas, historietas y grabaciones de radio conforman un corpus visual variado sobre los acontecimientos de aquellos meses y sus protagonistas. Pero en este caso, el objeto de estudio serán los medios gráficos de comunicación -tanto nacionales como internacionales-.



En cuanto a las técnicas que se utilizarán para desarrollar este trabajo final, serán análisis de contenido y el análisis del discurso.

En relación al análisis de contenido, es *“una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”* (Krippendorff, 1990, 28)

Teniendo en cuenta dicha definición planteada por el autor, se analizará la construcción del discurso periodístico que abarcará indagar exhaustivamente en el uso de determinadas tipografías, en el recorte fotográfico -cuáles imágenes se decidían poner en blanco y negro y cuáles a color- y cuánto espacio de la portada del medio gráfico estaba destinado a hablar de la guerra, teniendo en cuenta teorías como la de framing, agenda setting y tematización. Es decir que la investigación se focalizará teniendo en cuenta los códigos no lingüísticos sólo cuando su abordaje sea funcional al análisis.

Y, por otro lado, se profundizará el análisis del discurso. que *“corresponde a un cierto enfoque teórico en relación con un conjunto significante dado”* (Verón, 1977, 17)

Por ende, se investigará el discurso semiológico, basándose en qué tipo de pronombre personal se utilizaba al escribir, qué frases se decidían poner como titulares, cuáles eran los términos específicos que usaban, de qué forma se construye la oración, qué sentido se busca darle -apelar al sentimiento de lo nacional, patriótico-. Al realizar un análisis del discurso no se busca juzgar los hechos, sino reconocer marcas que lleven a una aproximación a la realidad.

Para el desarrollo de esta investigación se pretende poner bajo análisis los siguientes medios gráficos masivos: Revista GENTE y el diario Clarín (medios nacionales) y Daily Mirror y The Sun (medios ingleses) en el período que corresponde desde el 2 de abril al 14 de junio de 1982.

Así, el centro del trabajo es el análisis de las tramas discursivas de los medios que conforman el corpus y la comparación entre el modo de construcción de la noticia realizado por la prensa gráfica argentina y británica, con el fin de pensar cuál fue la actitud de estos medios respecto del conflicto y durante su desarrollo.



Continuando con la delimitación del objeto de estudio, se tomarán como análisis las portadas de los periódicos y las revistas, debido a la relevancia que tienen éstas en cuanto a qué mensaje/noticia/contenido se desataca en cada publicación, lo que permite centrarse entonces en lo que cada medio gráfico de comunicación consideraba más importante para comunicar a sus públicos. Además, se entiende que las portadas la leen mucha más personas que los consumidores reales del medio ya que una tapa está "a la vista de todos" como por ejemplo en un kiosco, y las personas que pasan por allí la consumen con una mirada.

A modo de facilitar el análisis se decidió deconstruir las noticias bajo tres diferentes componentes: título, subtítulo y fotografía. Esta deconstrucción es llevada a cabo para leer más allá del contenido a simple vista del texto y develar nuevos significados y verdades que en un primer vistazo pasaban desapercibidas. De esta manera se podrá distinguir qué es lo que la publicación está contando realmente, qué está diciendo implícitamente y lo más importante, qué está ocultando o minimizando.



CAPÍTULO II - Un minuto de silencio

“La población general no sabe lo que está ocurriendo y ni siquiera sabe que no lo sabe”

Noam Chomsky, profesor emérito de lingüística.

Antes de analizar la prensa nacional e internacional durante la Guerra de Malvinas, es necesario comprender el contexto en el cuál sucede este hecho histórico: la dictadura militar en general, y en concreto, sus medidas de censura a la cultura y los medios de comunicación. Por eso, se hará una descripción de los principales elementos que caracterizaron a la última dictadura militar tanto en el plano interno como externo -retomando los lineamientos explicados en la introducción-. También, se contextualizará como se encontraba el Reino Unido como país en sí antes de tomar la decisión de ir a la guerra.

Por otra parte, se realizará un breve recorrido sobre la historia de los medios de comunicación gráficos puestos bajo análisis debido a que se pretende comprender el cómo y por qué los medios de comunicación deciden sobre su volumen total de noticias clasificar el grado de importancia de la información que va a difundir, generando un orden de prioridad para obtener mayor demanda de los lectores. De esta forma, al seleccionar y jerarquizar sus crónicas crean, desde su propia agenda, la agenda pública.

ISLAS

Las islas Malvinas son un archipiélago de América del Sur, situado en el mar argentino que es un mar epicontinental del océano Atlántico Sur adyacente a dicho país, a unos 500 km de la costa.

A diferencia de otras islas más cercanas al continente, las Islas Malvinas no tienen población humana autóctona, originaria o indígena. Los primeros visitantes fueron europeos que llegaron durante la conquista europea de América. Distintos países (Francia, el Reino Unido, España y el Río de la Plata) llevaron adelante planes de asentamiento permanente basados en sus intereses expansionistas.

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), es un territorio no autónomo cuya potencia administradora es el Reino Unido y cuya soberanía es reclamada por Argentina.



LA SITUACIÓN DE ARGENTINA ANTES DEL CONFLICTO

La lectura de textos siempre implica ciertos saberes compartidos entre enunciador y enunciatario. Por lo tanto, al analizar los enunciados periodísticos de la prensa argentina se debe recordar la situación en que se encontraban las empresas informativas y los periodistas al momento de informar.

En el transcurso del siglo XX, la Argentina sufrió una serie de golpes de Estado, siendo el último de éstos la dictadura cívico militar autodenominada “Proceso de Reorganización Nacional”. Duró siete años, comenzando el 24 de marzo de 1976 y terminando el 10 de diciembre de 1983. Si bien fue encabezado por las Fuerzas Armadas, contó con el apoyo de varios sectores de la sociedad civil.

Tenía como objetivo central, como su nombre lo indica, reorganizar completamente la sociedad argentina en casi todos los ámbitos. Abarcaba reformas económicas, cambios en las instituciones, en las organizaciones de la sociedad civil y en la esfera pública. Los militares tomaron el poder con la justificación de que la sociedad estaba “enferma”, convirtiéndose en un Estado autoritario que buscaba lograr el restablecimiento del orden, así como también realizar cambios irreversibles en múltiples áreas de la vida individual y colectiva.

Este proceso se caracterizó por el terrorismo de Estado, violación de los derechos humanos, asesinatos, torturas y desaparición de las personas. Se lo denomina Terrorismo de Estado por un lado, porque se pretendía deshacer de las personas que se consideraban peligrosas y por el hecho de que el mismo utilizaba de una manera ilegítima su poder para provocar miedo en la sociedad con el fin de evitar que otras personas se opusieran al régimen autoritario. Las fuerzas armadas, las cuales debieron ser utilizadas hacia el exterior del país, se usaron con los propios habitantes de la Argentina.

Los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial fueron controlados por las Fuerzas Armadas, lo cual impidió cualquier forma de control ciudadano y de ejercicio democrático. La ley dejó de existir en defensa de los ciudadanos, se suspendió la actividad política, los derechos de trabajadores, se disolvió el Congreso y las legislaturas, se removieron a los miembros de la Corte Suprema de Justicia y se prohibieron las actividades gremiales y políticas. Se intervinieron los



sindicatos, se quemaron libros, se intervinieron las universidades y se llevó a cabo la censura de medios de comunicación, entre otras cosas. Es necesario destacar que el accionar represivo tenía una doble finalidad, la represión física de los ciudadanos y la represión de las ideas, de las expresiones y de los pensamientos.

El plan de la dictadura era construir una cotidianeidad. De esta forma se logró instalar un único relato, una única forma de narrarlo y de interpretarlo. El discurso oral y el discurso visual de la dictadura no solo buscó ser descriptivo, sino también ser prescriptivo, es decir que decían cómo interpretar la realidad y cómo comportarse ante la misma.

Al poco tiempo de ocurrido el golpe, se establecieron pautas que determinaron qué tipo de contenidos podían ser divulgados y cuáles estaban prohibidos. Sin embargo, la censura no fue homogénea y a lo largo de dictadura hubieron momentos de mayor violencia y represión que otros, donde se percibía una falsa calma. Dentro de lo que se podía comunicar se controlaba desde cómo se publicaba hasta el uso de determinadas palabras -recordemos que muchas estaban prohibidas-.

Los medios de comunicación se posicionaron como referentes de la verdad a través de operaciones ideológicas concretas que organizaron sus discursos y que suponían a su vez distintos procesos de construcción, reproducción y distribución de unos mensajes que interpelan a aquella sociedad.

A principios de los años ochenta del siglo pasado, la Junta Militar empezó a demostrar los primeros síntomas de debilidad, la economía empezaba a decaer rápidamente y todo apuntaba al estancamiento económico, lo que generó que empezará a aumentar el malestar entre la población. La inflación anual rondaba por el 90%, y el país se encontraba en una profunda recesión, también se resintió la actividad económica lo que llevó a un aumento en los índices de pobreza, especialmente entre la clase media. Esto generó que la deuda externa aumentara, se produjeran devaluaciones y a su vez decayó el salario real del trabajador, entre otras cosas. Además, cerraron importantes bancos en los cuales la gente había depositado sus ahorros, por lo que muchas personas comenzaron a retirar el dinero, generando una disminución de las reservas nacionales.



Desde el punto de vista social, el pueblo denunciaba los crímenes contra los Derechos Humanos, resultando en movilizaciones populares y represiones. El 22 de diciembre de 1981, asumió la tercera Junta del Proceso, integrada por el comandante del Ejército Leopoldo F. Galtieri. Dicha persona representaba una posición distinta dentro del Ejército, formaba parte del grupo de los “duros”.

El 30 de marzo de 1982 -apenas 48 horas antes del 2 de abril- se realizó la primera gran manifestación contra la dictadura militar en Argentina desde el golpe de Estado ejecutado en marzo de 1976. Ese día, durante unas seis horas el centro porteño fue escenario de enfrentamientos entre la policía y cientos de manifestantes. El movimiento estudiantil, partidos políticos y numerosas organizaciones marcharon bajo el lema “Paz, Pan y Trabajo” contra la política económica del gobierno de facto y reclamando la vuelta a la democracia.

Distintas fuentes calcularon que ese día participaron cerca de 50.000 manifestantes que resultaron reprimidos de forma durísima por las fuerzas de seguridad, donde cientos de personas resultaron heridas y hubo alrededor de tres mil detenidos aunque nunca se informaron las cifras oficiales.

Esa movilización marcó un cambio en el movimiento de protesta contra la dictadura en varios aspectos: en el nivel de participación popular, en la forma en que las fuerzas de seguridad ejercieron la represión y en la visibilidad de la misma gracias a los fotógrafos y camarógrafos que la documentaron. Fue por ellos que se lograron imágenes que trascendieron la propia movilización. Muchas de las fotos más conocidas y más utilizadas hasta el día de hoy para referirse a la dictadura militar fueron tomadas ese mismo día. En Argentina, las fuerzas armadas no habían ejercido hasta entonces ese nivel masivo de violencia explícita.

El 30 de marzo los fotógrafos registraron lo que pudieron ya que fueron golpeados, les rompieron las cámaras y varios de ellos quedaron detenidos. Una de las reacciones que tuvieron frente a la represión fue usar sus cámaras y su oficio como estrategia de defensa. Así mostraban los hechos que fotografiaban y al mismo tiempo, las condiciones en las que ejercían su trabajo. La siguiente foto nos demuestra la complejidad de la relación entre medios, trabajadores de prensa y dictadura en esos tiempos.



La Junta Militar decidió retomar las negociaciones diplomáticas con Gran Bretaña a través de una firme y agresiva campaña, pero un grupo reducido del sector duro planeó concretar una breve ocupación de las islas y un retiro inmediato con el fin de obligar a negociar al gobierno inglés. Aunque no contemplaron la eventualidad de una respuesta desfavorable por parte de Inglaterra y la idea de tomar para negociar, fracasó.

El gobierno político, motivado por la búsqueda de la reivindicación a nivel nacional e internacional y con el objetivo de desviar la atención de esos sectores afectados, propuso una acción patriótica que lograría calmarlos y a su vez ganarse el fervor popular. Por ese motivo se impulsó la Guerra de Malvinas invocando el derecho de proteger nuestra tierra. Y así se embarcó al país en un conflicto bélico que, por lo menos en un comienzo, fue apoyado por casi toda la sociedad.

El panorama de huelgas y reclamos cambió completamente cuando se conoció la noticia de la recuperación de las Islas, el 2 de abril de 1982. El estallido de adhesión popular a la causa argentina provocó la aparición de una ola de movilizaciones espontáneas que se apropiaron de todos los espacios públicos. Sin duda alguna, el 30 de marzo y el 2 de abril son fechas conectadas entre sí.

¹ 30 de marzo de 1982. Fotógrafo: Lucio Solari



El diario Clarín señala en su edición del 03/04/1982 que como primera medida luego del desembarco en Malvinas de las tropas argentinas, el gobierno dispuso la libertad de los detenidos el 30 de marzo para que todos los argentinos puedan asociarse a los acontecimientos de este histórico día para la República.

Si bien “Malvinas” se produjo durante la dictadura, no son sinónimos, sino consecuencias. Consecuencias del despotismo, de la soberbia, del abuso de poder, cuya finalidad única era la perpetuación. Los dictadores no sólo limitaban las libertades individuales sino también la libertad de expresión y de prensa.

Como se mencionó, hubo ataques a periodistas opositores y se permitía que, solo aquellos aceptados por el gobierno, sean los encargados de brindar las noticias. La manipulación de la información era casi completa y la sociedad no tenía forma de corroborar la misma, por lo cual la aceptaba como verídica. Además, establecieron que los medios no podían cuestionar la información oficial y se les prohibió informar sobre las bajas y difundir visiones “pesimistas” que consideraran la posibilidad de una derrota argentina.

Pero el acompañamiento que brindaron los medios de comunicación al régimen militar no fue un fenómeno que se generó por sí mismo. A través de las prácticas de la censura y la autocensura, la dictadura militar buscó imponer medidas represivas para eliminar desacuerdos en el campo de los medios de comunicación y también de la cultura, abarcando al cine, la radio, la televisión, el teatro y la literatura.

En el ámbito de la seguridad nacional, se establecía que debía evitarse difundir información que produzca el pánico, que atentara contra la Unidad Nacional, que reste credibilidad o contradiga la información oficial y, por último, que pueda generar disturbios sociales que alteren el orden interno. Es importante destacar que si bien el gobierno argentino marcó pautas, la estrategia de prensa se desarrollaba a medida que el conflicto se desenvolvía. Tanto en términos militares como comunicacionales, se trataba de la primera guerra moderna que tenía como protagonista a nuestro país.

En este apartado, se analizaron los métodos propios que la dictadura había implementado en su año y medio de gestión para controlar y dirigir los medios de



comunicación y el ámbito cultural. La principal conclusión a la que se llegó fue que tanto el ámbito de la cultura, como también la prensa periódica y el campo intelectual; fueron afectados por la implementación efectiva de un discurso de censura que se había originado con el golpe militar. Frente a este panorama, las opciones para quienes integraban las áreas de la cultura, la prensa y los círculos intelectuales fueron el exilio, o la autocensura.

Los medios de comunicación se vieron profundamente afectados por este panorama, y si bien cada uno adoptó una estrategia diferente para adaptarse y sobrevivir a las nuevas condiciones de censura, ninguno pudo (o quiso) realizar una condena total, sistemática y global de la dictadura militar y el Terrorismo de Estado. Los medios se limitaron a realizar críticas puntuales, indirectas, disimuladas y entre líneas.

Cabe destacar que algunos de los cuales habían comenzado a mostrar tíbilmente el descontento popular contra la dictadura, dieron un vuelco veloz en sus ediciones y se sumaron como un actor central a los festejos por el desembarco argentino en las Malvinas. Las fotos de la represión desaparecieron rápidamente de la superficie mediática y fueron reemplazadas por las imágenes de la celebración en las calles.

A partir del 2 de abril la Argentina se transformó en un escenario donde día tras día se representaba el ideal de unión y el gobierno contra el pueblo inglés. Las fotos publicadas unánimemente en toda la prensa ayudaron a forjar la imagen de un apoyo monolítico a la decisión de la Junta Militar, en donde el enemigo ya no era la dictadura sino Inglaterra.

LA SITUACIÓN DE INGLATERRA ANTES DEL CONFLICTO

A mediados de 1975 la postura inglesa se tornó más rígida que en años precedentes y, no contemplaba en absoluto las posibilidades de negociar la soberanía de las islas, aunque en ocasiones posteriores se fingiera continuar con dichas negociaciones. Hubo dos factores para que Inglaterra se mostrara inflexible: el primero fue la insistencia en el reclamo argentino que lejos de cesar cada vez fue más fuerte y obtenía apoyo de las Naciones Unidas y el segundo, la probable existencia de grandes reservas de petróleo en las aguas del Atlántico Sur. No hay



que olvidar tampoco la importancia geoestratégica que el Reino Unido le daba a las Malvinas.

En 1979 Margaret Thatcher ganó las elecciones y asumió como Primer Ministro. Tenía una actitud conservadora y no cedería ante los sindicatos, que durante la administración anterior se declararon en huelga. Durante este gobierno la economía se basó en el monetarismo, de esta manera era posible reducir la inflación, bajando los impuestos para que suban las inversiones y privatizando las empresas.

Las promesas liberales de Thatcher parecían haber quedado como tales. Sumergida en una grave crisis que el país no había experimentado desde la Gran Depresión, Gran Bretaña ahora veía el cierre de cientos de fábricas, el crecimiento del desempleo a más de dos millones de personas y el aumento de la inflación hasta un alarmante 22%. Por lo que se enfrentó al descontento de la opinión pública ante un plan económico impopular.



A pesar de que sus enemigos consideraban que había sido derrotada, la suerte de Thatcher, así como su golpeada carrera política, estaría a punto de cambiar con los problemas en el Atlántico Sur. En junio de 1980 el gobierno británico tomó dos medidas que pesaron mucho en la decisión argentina: anunció el desmantelamiento de la base científica en Georgia del Sur y una importante

² La policía británica intenta controlar una de las manifestaciones.



reducción del presupuesto militar, que implicaba el retiro del único buque de guerra permanente en el Atlántico Sur. Argentina debió de interpretar esto como una prueba del desinterés británico por la región.

A principios de 1981 la situación empeoró: subieron los intereses y el desempleo (alcanzó al 12 %, el más alto de la Comunidad Económica Europea), además, algunas empresas quedaron en bancarota. En enero del mismo año, a un mes de la negociación con la Argentina, los isleños votaron para que se congelara toda nueva negociación con los argentinos por los siguientes 25 años. De esta manera el gobierno británico tomó la decisión definitiva de parar cualquier tipo de negociación por las Malvinas con la República Argentina.

A finales del 81', tras apenas dos años en el poder, Thatcher era la jefa de Gobierno más impopular en el Reino Unido desde la Segunda Guerra Mundial, según las encuestas de la época, Inglaterra se enfrentaba a disturbios y manifestaciones sin precedentes en décadas.

Sus planes para privatizar industrias, recortar gasto público y reducir la influencia de los sindicatos pasaban factura al Partido Conservador, que veía con preocupación el auge de las formaciones de centro y en cuyo seno se imaginaba ya una de sus recurrentes rebeliones internas para cambiar de líder. Gran Bretaña era una gran potencia con problemas económicos, por lo que en ese momento, no le venía nada mal una guerra para distraer a sus ciudadanos.

En cuanto a la prensa británica, si bien el tratamiento de la noticia "Malvinas" en 1982 tenía como eje fundamental el ejercicio de la libertad de prensa en un fuerte sistema democrático, el gobierno ejerció censura debido a la mala imagen del gobierno de Margaret Thatcher y su objetivo de recuperar el poder imperial detentado por Gran Bretaña décadas atrás.

Entonces, se puede decir que de alguna forma "coexistió" la libertad de prensa con el manejo de la información por parte del gobierno, con el fin de lograr apoyo en las operaciones militares durante el conflicto bélico.

Pueden diferenciarse dos grupos dentro de los medios de comunicación escritos, unos netamente sensacionalistas y otros moderados. Esta marcada diferencia hizo que algunos optaran por una postura patriótica acrítica y que otros, a



pesar de la censura oficial expresaban su distanciamiento de la actitud del gobierno de Margaret Thatcher respecto de lo que ocurría en el Atlántico Sur.

Las apuestas no otorgaban a Thatcher ni un año más en el poder, sin embargo, caducaron con el conflicto bélico. En junio de 1982, tras la victoria británica, la primera ministra era percibida por muchos votantes como un ejemplo de fortaleza y determinación.

REVISTA GENTE

Para poder realizar un análisis adecuado sobre la prensa, es importante contextualizar y entender las características del medio que las publica, así como también los intereses que alimentan. La editorial Atlántida es recordada como una de las empresas periodísticas que apoyó con más fuerza a la dictadura militar instalada en marzo de 1976, contando con tres grandes revistas como lo eran Gente, Para Ti, y su último lanzamiento justamente el 24 de septiembre de 1976, la revista Somos.

Por su parte, Gente surgió el 29 de julio de 1965, constaba de 49 páginas, de las cuales 7 eran a color y tuvo una tirada de 120.000 ejemplares de los cuales vendió alrededor de 70.000. 20 años después una edición especial ofrecía 220 páginas, 184 a color y una tirada de 245.000 ejemplares

Desde sus comienzos la propia revista definió su línea editorial como “occidental, capitalista y cristiana”. El 28 de junio de 1966, un año después del surgimiento de la revista, los militares derrocaron al presidente Arturo Illia, y la revista cubrió por primera vez un golpe de Estado.

En 1968, la Editorial Atlántida decidió darle un nuevo perfil. A partir de ese año, y anclados en el soporte fotográfico como principal atractivo, las tapas comenzaron a mostrar mujeres hermosas y llamativas convirtiendo al medio en un éxito. En menos de un año se duplicaron las ventas y dos años más tarde alcanzó un promedio de 250 mil ejemplares vendidos por semana.

Por ese entonces, la política se empezaba a poner nuevamente de moda con el resurgimiento del peronismo y entonces el semanario comenzó a tratar de buena manera a los que dirigirían el país a partir del '73. Por esa época las notas estaban



destinadas a contar sobre el pensamiento de Juan Domingo Perón que volvería al poder luego de casi 18 años de exilio.

En esos años, y siempre respetando su estilo de grandes fotografías, la revista trataba los temas políticos principalmente y cuando no había nada que contar, pasaba a noticias sobre la farándula o alguna información internacional.

Un dato interesante del estilo que tenía la revista era que por más que las notas eran importantes, se observa como siempre la fotografía era lo que más valor tenía tanto en tapa como en su interior. A su vez también las publicidades ocupaban muchas veces páginas enteras y estaban a veces dispuestas en lugares destacados dentro de una noticia.

Con el regreso del peronismo al protagonismo político, Gente comenzó a tratar con simpatía a quienes, sin duda, serían los nuevos gobernantes a partir de 1973. Algunas de sus notas estaban dedicadas a explicar el pensamiento de Juan Domingo Perón y a cubrir toda noticia ligada con el líder justicialista.

Tres años después, el semanario apoyaba abiertamente el golpe de Estado encabezado por Jorge Rafael Videla y publicaba una editorial a modo de autocrítica titulada “Nos equivocamos”, en referencia a su adhesión al gobierno anterior.

Desde ese instante inicial de la nueva dictadura, rápidamente todos los medios de comunicación fueron informados que toda publicación escrita, antes de salir a la calle debía llegar a una oficina situada en la casa de gobierno para que personal de inteligencia la analice y determine si autorizaba su publicación.

El 10 de junio de 1976, Gente publica la nota “¿Quién está detrás de todo esto?”, donde expone un informe redactado sobre la base de las cartas recibidas de Suecia, de Francia, de Alemania y de la Universidad de Bradford pidiendo la liberación de presos políticos. Allí afirma que todo es una “Operación mentirosa, [que] son cartas falsificadas por organizaciones terroristas”. La revista pretende validarse citando la voz de Jorge Rafael Videla, sin embargo, tiene claramente una voz propia en el asunto, que va más lejos, incluso, que la de los dictadores.

En el período que se extiende entre la toma del poder por parte de los militares hasta su caída en 1982, la revista tuvo dos picos de venta históricos:



durante el Mundial de 1978 y la Guerra de Malvinas. En esas semanas llegó a vender entre 600 y 700 mil ejemplares.

DIARIO CLARÍN

Clarín es un periódico argentino editado en la ciudad de Buenos Aires. Fue fundado el 28 de agosto de 1945, por Roberto Noble, quien fue años antes ministro de Gobierno en la provincia de Buenos Aires. Contaba con un formato tabloide y precio accesible, además de aspirar a un público amplio.

Convencido de la necesidad de crear una fuente de información segura y confiable para la sociedad argentina después de la Segunda Guerra Mundial, Noble dedicó todos sus recursos y su tiempo al desarrollo de un nuevo proyecto periodístico: el diario Clarín que logró rápidamente insertarse con éxito en el mercado informativo de Argentina. Sus crónicas y reportajes comenzaron a adquirir un alto grado de influencia en el público y sus reporteros gozaron de la credibilidad de los lectores.

Clarín tuvo una carrera ascendente desde sus inicios. Durante el primer peronismo, aumentó sus ventas y su popularidad, creció económicamente y fue forjando una posición autónoma del poder político peronista. Juan Domingo Perón consideró al diario un aliado durante casi nueve años, pero ordenó su cierre al sentirse traicionado ante el golpe militar de 1955 ya que el diario se mostró favorable a dicho golpe de Estado, autoproclamado "Revolución Libertadora". En 1958, Clarín ya era el primer matutino y el segundo diario del país -detrás del vespertino La Razón-. A fines de los años 60, la tirada promedio de Clarín era de 340 mil ejemplares diarios y veinte años después de su fundación, en 1965, se convertiría en el medio gráfico de mayor circulación en Buenos Aires.

Durante los años 70, Clarín fue el único diario que creció al ritmo del incremento demográfico, mientras que sus competidores perdieron lectores en forma sostenida. El avance puede captarse en las cifras comparativas de su tirada. El promedio de venta:

- 1957 fue de 274 mil ejemplares.
- 1965 fue de 342 mil ejemplares.
- 1973 fue de 380 mil ejemplares.



- 1981 fue de 536 mil ejemplares.

En 1973, Clarín creó su mítica contratapa que sería ocupada casi en su totalidad por historietistas argentinos. A partir de 1974 el diario se caracterizó por un tratamiento riguroso de los temas relacionados con la realidad nacional y por privilegiar tópicos económicos. La mitad de los editoriales publicados entre el 1° y el 23 de marzo de 1976 se referían a la economía, y los restantes se ocuparon alternativamente del poder judicial, del desempeño del sindicalismo, de la situación del periodismo frente a la violencia y del rol de la oposición.

El 24 de marzo de 1976 tuvo como titular “Nuevo Gobierno”, ocultando así las torturas y las desapariciones. En cada una de sus páginas asumió como propio el relato de los dictadores, afianzando la existencia del régimen militar como imposible de combatir. El diario actuó como una versión del Boletín Oficial

El diario Clarín, que por entonces tenía la mayor tirada nacional, no fue ajeno a estos procesos. Si bien no publicó ediciones especiales dedicadas al conflicto ni modificó su estructura interna con secciones específicas sobre la guerra, la cuestión de Malvinas atravesó transversalmente las ediciones del mismo durante todo el período inundando todas sus secciones.

Tomando como referencia a Teun Van Dijk: *“Los titulares son una estrategia para la percepción e identificación de los ítems informativos”* (Van Dijk, 1992, 202). Y fue dicho sistema que utilizó el diario Clarín en las portadas para ordenar los títulos en una sola columna descendente, que ocupa todo el ancho de la página. Los titulares son señaladores que controlan la atención, la percepción y el proceso de lectura, por lo que da comienzo al proceso de comprensión de la noticia. El hecho más importante del día -siempre referido a lo que sucede en las islas- se ubica en el primer lugar de la escala. De esta forma se busca que el lector conozca cuál fue la noticia más trascendente y destacada con respecto a la guerra.

THE SUN

The Sun es un periódico en formato tabloide publicado en el Reino Unido e Irlanda. Actualmente, es el diario más leído en idioma inglés, con una tirada de alrededor de 3.200.000 ejemplares y unos 8.500.000 lectores. El periódico era



originalmente un periódico de formato grande y se estrenó en 1964 para reemplazar al Daily Herald.

En 1969 el Mirror Group vendió el periódico a Rupert Murdoch. De inmediato, Murdoch cambió el periódico a pequeño formato y el contenido del periódico resultó más sensacionalista. The Sun tenía alta rentabilidad en los años setenta, a pesar del comportamiento restrictivo de los sindicatos de prensa.

Políticamente, The Sun apoyó al Partido Laborista en los primeros años de Murdoch. En las elecciones de 1974, el periódico era neutral pero desde la elección de Margaret Thatcher en 1975, el diario cambió de rumbo, y apoyó a la candidata en su elección de 1979. El 3 de mayo del mismo año, la respaldó publicando el titular en primera plana: "VOTE TORY THIS TIME"

El nuevo editor de The Sun, Kelvin MacKenzie, asumió su cargo en 1981 y cambió el concepto del tabloide británico de forma más profunda. Se volvió más escandaloso, obstinado e irreverente que cualquier cosa que se haya producido en Gran Bretaña.

The Sun se convirtió en un ferviente partidario de la Guerra de las Malvinas, su cobertura logró captar el "el espíritu de la época" pero también fue "xenófoba, sanguinaria, despiadada y de humor negro"

DAILY MIRROR

El Daily Mirror es un periódico sensacionalista británico matutino, que intenta, sobre todo a través de reportajes fotográficos, acercar las noticias a los lectores. Se imprime en formato tabloide y actualmente es editado por Alison Phillips.

El diario fue fundado por Lord Northcliffe en 1903 como una publicación dedicada al público femenino, aunque este esquema duró solo unos meses antes de pasar a ser un periódico generalista. Al no alcanzar el éxito esperado, rápidamente cambió de objetivo, al tiempo que había agregado a sus páginas, ya en 1904, fotografías (en lugar de dibujos grabados), lo que mejoró considerablemente las ventas. Fue el primer diario en ser impreso en tamaño tabloide, a diferencia del tamaño sábana usado por la prensa hasta entonces.



A partir de 1932, el Mirror pasó de enfocarse en la clase media a representar a la clase trabajadora, también tomando una postura favorable al partido Laborista. Durante los 50' y 60' se convirtió en el diario más vendido de Gran Bretaña y Europa, siendo superado por The Sun en 1978.

The Daily Mirror se presenta desde su nombre como espejo de la realidad (mirror=espejo). Durante la Guerra de Malvinas, el título principal de la tapa está en letras de un gran tamaño. Las notas comienzan en la primera plana. Allí también aparece el nombre del periodista que firma el texto central. Por otra parte, hay un anticipo de los temas que se tratan en las páginas interiores. Se mezclan temas de gran trascendencia en cuanto a la política nacional e internacional con cuestiones ligadas a la farándula o el deporte. La primera plana presenta fotos de identificación o de tipo testimonial. Estas van acompañadas por epígrafes, los cuales identifican al personaje que aparece en la foto o expresan el estado de ánimo de los personajes.

El diario oscila entre el belicismo y el antibelicismo. Durante todo el mes de abril y hasta el 5 de mayo de 1982, día en que se produce el hundimiento del destructor Sheffield, mantiene una posición favorable a la política belicista del gobierno británico. Luego se ubica del lado del pacifismo ya que condena la pérdida de vidas humanas con el fin de recuperar un territorio olvidado por los británicos. Esto se hace evidente especialmente en el editorial.

En 1984 fue adquirido por el financista Robert Maxwell. Bajo su mando durante los años 1990, la línea editorial del periódico tomó un giro hacia un liberalismo más clásico para apelar a las clases medias y al público femenino, además de diferenciarse del populismo del The Sun.



CAPÍTULO III - Los relatos de la guerra (o la guerra de los relatos)

“Un periódico consta siempre del mismo número de palabras, haya noticias o no las haya.”

Henry Fielding (novelista y dramaturgo británico)

La *comunicación* es inherente a la relación grupal de todas las personas; es un proceso por el cual se informa acerca del entorno, haciendo partícipes de esta manera a otros sobre esta información, es un procedimiento de interacción que se basa en la transmisión de un mensaje que se quiere expresar a un emisor y es recibido por un receptor, quien interpreta y analiza para emitir o no una respuesta.

La comunicación es necesaria e indispensable y su desarrollo fue a la par del desarrollo humano, con el paso del tiempo y los cambios en la humanidad, fueron surgiendo diferentes definiciones respecto de dicho concepto. Pero sin duda alguna, ninguna de ellas dejaba de lado el principal objetivo: La transmisión de pensamientos e ideas. Se considera que no siempre existe una estructura clara acerca de la comunicación, sino que la misma depende de la base ideológica.

En este caso, la Escuela que se tomó en cuenta para definirla es el Funcionalismo. Parafraseando a Laswell, la Teoría del Funcionalismo afirma que los *medios de comunicación*, entendidos como emisores de información, siempre tienen la intención de obtener un efecto sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir a los espectadores. Para conseguirlo se formulan las siguientes preguntas: quién dice qué, a quién, a través de qué medio y con qué finalidad. Los receptores, por su parte, tienen un conjunto de necesidades que los medios deben satisfacer.

Los medios de comunicación tuvieron siempre gran importancia, ya desde la aparición de la imprenta como elemento divulgador de información e ideas, los dirigentes de todo el mundo quisieron controlarla, porque vieron la importancia que tenía para influir en los sentimientos, opiniones o actitudes de las personas.

Por eso, tradicionalmente, los medios fueron considerados por las organizaciones como un canal, utilizados por un emisor (la organización) para enviar un mensaje al receptor (la audiencia). Por lo contrario, desde las Relaciones Públicas siempre se consideró a los mass media –incluido los periodistas– como un público de las organizaciones, es decir, como el destinatario final de la información.



La noción de “público” es uno de los pilares básicos en el ámbito de las RRPP, y se lo reconoce como tal, siendo tratado en la mayoría de los libros y artículos. Tanto los investigadores como los profesionales de la profesión ponen en manifiesto la importancia que tienen para las organizaciones el conocer y definir adecuadamente los públicos con los que se relacionan. Es decir, cuando se habla de los públicos, se hace referencia a aquellos individuos, grupos u organizaciones que están unidos por un interés común en relación con la organización.

Por ende, las personas que trabajan en los medios –y los propios medios en sí- pueden ser considerados como un público de la organización. De esta manera, dejan de ser considerados un canal de comunicación y pasan a ser un objetivo, un grupo al que hay que atender y cuidar. Esta nueva visión del periodista, como un público más, es esencial en situaciones como la gestión de crisis en las organizaciones, donde no sólo es importante la información desde la organización hacia los medios, sino también la gestión de la falta de información, de los tiempos de entrega y contraste de la información, e incluso la posibilidad de retrasar o no publicar determinada información.



Es preciso tener en cuenta que la actitud que puede tomar la opinión pública ante una situación determinada es consecuencia, entre otros factores, del



conocimiento de los hechos y situaciones, es decir de la información y debido a que esta ésta es influenciable y manipulable, y los medios de comunicación son su principal vehículo de transmisión, es indudable que los dos, información y medios de comunicación, son unos instrumentos de poder valiosísimos, sobre todo por la influencia que pueden tener en la formación de las actitudes de las personas.

Las opiniones, los sentimientos, las actitudes y los comportamientos de individuos o grupos pueden ser modificados en un sentido determinado, por personas u organismos, para favorecer la consecución de ciertos objetivos. No hay que olvidar que la propaganda no es más que el arma principal que emplea la guerra psicológica y si una persona es alcanzada por la propaganda, puede ser controlada, manipulada hasta incluso inducida a actuar.

Así que conceptos como realidad, propaganda, información, opinión pública, framing, líderes de opinión y discurso, son muy empleados en tiempo de crisis y a su aplicación sobre los medios de comunicación es a lo que me voy a referir en este capítulo.

Durante la guerra, se dan dos actos comunicativos fundamentales: informar y persuadir. Y, en un ambiente bélico es importante diferenciar lo que es información, propaganda y la desinformación. *“La información trata de que las personas se enteren de lo que está sucediendo a través de descripción de hechos, de datos confiables. Utiliza fuentes autorizadas. En la medida de lo posible, mantiene aquello que se llama “objetividad”, presentando los sucesos como acontecen, sin comentarios”* (Barrios, 2022)

Específicamente, en la guerra de Malvinas, la desinformación se realizó a través del ocultamiento de hechos y la censura explícita, y esos fueron los mecanismos que tendieron a la construcción de un discurso hegemónico oficial, sin posibilidad de ser contrarrestado.

En cambio, la *propaganda* trata de convencer al público de posicionarse del lado de uno de los bandos en conflicto. Defiende a una parcialidad y ataca a la otra, por lo que se vale de cualquier argumento para descalificar al oponente. Puede ignorar principios éticos con tal de convencer sobre lo que quiere y por lo general, la



propaganda se vale de imágenes que impresionen al público, que mueven emociones, eso facilita la manipulación.

Como punto de partida para el análisis del corpus seleccionado, se consideró que es imprescindible definir el concepto de *noticia*. Como plantearon Mc Combs, Cole, Stevenson y Shaw (1983) el concepto de noticia tiene significados muy diversos ya sea entre profesionales que trabajan en una misma nación y cultura, ya sea entre dos que trabajan en ámbitos culturales diferentes. Existen dos posturas respecto de lo que se considera noticia. Una que dice que es “espejo de la realidad”, viéndola como algo dado, establecido, sin intervención de proceso productivo alguno (rutinas periodísticas). La otra la describe como “construcción” de la realidad. En este caso, se considera que los informadores toman ciertos aspectos del hecho para darle forma y sentido, obteniendo como resultado la noticia.

En este trabajo final se adoptará la segunda postura, porque el conjunto de noticias sobre la Guerra de Malvinas fue el resultado de los diferentes elementos del mundo de referencia que los periodistas tomaron para construir el acontecimiento. Por tanto, los hechos se convertían en noticia de acuerdo a las posibilidades de acceso a la información, tanto en lo referido a las tecnologías de comunicación como a las decisiones tomadas con respecto a la libertad de prensa durante el período, como así también los conocimientos previos del informador; su ideología y la del medio en el cual trabaja; el imaginario de la sociedad a la que pertenece, del otro y del conflicto.

En tiempos de guerra todo cambia. Los medios deben construir una *realidad* apresuradamente. En muy pocos días deben comenzar a informar sobre antecedentes históricos, disputas territoriales, arreglos diplomáticos, relaciones internacionales, etc. Esta realidad construida por los medios mientras se desarrollan los acontecimientos, llevada a cabo apresuradamente, puede contener grandes fallas. Pueden fallar las fuentes por falta de datos, o pueden estar influenciadas por uno u otro lado. Pueden fallar las apreciaciones sobre los datos, desestimando por inexperiencia algunos importantes y resaltando otros que no lo son. En base a estos “pequeños” fallos puede suceder algo mucho peor: el surgimiento de las *Fake News*.

Se podría definir a las mismas como el relato que describe circunstancias donde los hechos objetivos son menos influyentes que la apelación a la emoción o a



la creencia personal para cambiar la opinión pública. En cualquier intento de conceptualizar dicha definición siempre lleva a una conclusión ligada con el acto de mentir: intencionalidad, falsedad y premeditación con un propósito; no simplemente desinformando, sino también influyendo en el público.

Es aquí cuando la Junta Militar se aprovecha de las prioridades construidas por los mismos medios de comunicación para llevar a cabo un cierto control social en la situación de guerra, utilizaron su función de mediadores para construir *discursos* que favorecieran sus intereses políticos y los de país, pero claramente no de manera expresa y transparente. Porque al fin y al cabo los medios no son más ni menos que unas organizaciones, entre otras múltiples instituciones, que producen y hacen circular discursos.

Eliseo Verón desarrolla la teoría de la discursividad en la cual analiza los fenómenos sociales entendidos como “procesos de producción de sentido”, entonces toda producción de sentido es necesariamente social. El hecho de analizar los discursos sociales esclarece, entonces, el estudio de la construcción de lo real.

Los medios como máquinas de producción de la realidad social son, entonces, factores relevantes para el desarrollo del proceso de producción de sentido. La actualidad como realidad social en devenir existe en y por los medios de comunicación. Los hechos que componen esta realidad social no existen en tanto hechos sociales antes de que los medios los construyan. El autor distingue dos niveles de discurso: el nivel del enunciado: lo que se dice y el nivel de enunciación: las modalidades del decir, por tanto, la manera de decir el contenido.

Los grandes medios gráficos de la época (Clarín, la Nación, la Prensa, La Razón y La Opinión), formaron parte de lo que se llama *líderes de opinión*, es decir, formar el sentido común que luego la sociedad adopta como propio. Además desempeñan un papel no menos decisivo, ya que hacen de filtro y de prisma para la comunicación de masas.

Si bien hoy día la definición de relaciones públicas es mucho más amplia y abarcativa, si se remonta a los primeros conceptos básicamente consistía en controlar la *opinión pública*. Cuando un gobierno debe continuar la política por otros medios, aparece dicho concepto para hacer referencia a las diferentes formas de



expresión que una comunidad puede tener respecto de los temas públicos y constituye un elemento fundamental en la que los sistemas políticos basan su fuerza de apoyo o aprobación de su gestión. *“Una opinión se denomina pública no sólo porque es del público..., sino también porque afecta a objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común, los problemas colectivos y en esencia, la esfera pública”*. (Sartori, 1997, 69)

Pero la misma dejó de ser patrimonio de seres humanos independientes, para comenzar a ser construida por unos pocos para la masa. En la sociedad de masas, más que nunca, se necesita un gran consenso, y allí aparecen los medios como un gran instrumento. A medida que los medios de comunicación se consolidan como gigantes de la información y astutos formadores de opinión pública, también se hace evidente que las organizaciones y los individuos que dependen del apoyo público para su misma existencia, recurren a los profesionales de las relaciones públicas en busca de orientación y asistencia para tratar con los medios de comunicación. Se necesitan profesionales especializados en dicha área para que entiendan y se mantengan al día en los cambios de los medios de comunicación y así sean capaces de transmitir mensajes a los públicos objetivos.

Durante la Guerra de Malvinas, los medios se convirtieron en vehículos a través de los cuales se construyeron diversas interpretaciones socialmente compartidas y de esa forma se creó una interpretación de la realidad, alimentando así a la opinión pública y creando una tendencia a favor del conflicto o del gobierno dictatorial. Es por eso que la llamada cuestión Malvinas ha sido una de las pocas que ha logrado unir a casi todos los argentinos en una opinión homogénea: las Malvinas son argentinas.

Los Mass-Media hacían en este caso al lector sentirse partícipe del acontecimiento que les mostraban (en este caso, la guerra favorable para el país) para desviar la atención y a su vez ocultar otros hechos que sucedían en ese mismo momento (como por ejemplo cuando se mencionan las diferentes derrotas sufridas por el enemigo pero no las propias o cuando se habla de sobrevivientes pero no se mencionan las muertes).

En cierta medida se puede decir que la opinión pública en los tiempos modernos es o está en función de lo que deciden los líderes políticos,



organizaciones con poder y por sobre todo por las personas dueñas esos medios. Los intereses de estos mueven a la opinión pública utilizando diferentes herramientas como la manipulación o la persuasión. Pero no olvidemos que la opinión pública es un fenómeno comunicativo y psicosocial que depende del contexto histórico y sociocultural.

“Las opiniones no surgen de la nada, sino que son el resultado de uno o varios procesos de formación. Se trata, entonces, de un proceso social en el que intervienen múltiples factores. ¿Cómo se forman las opiniones? Existen varias formas de representación del proceso de formación de la opinión pública” (Rubio Ferreres, 2009)

“La opinión pública para que tenga una base consistente necesita de información. ¿El público está suficientemente informado, insuficientemente informado o ampliamente desinformado?” (Rubio Ferreres, 2009). Retomando lo planteado por dicho autor, en la sociedad de masas la opinión pública sigue teniendo por sujeto al público, pero en este caso el público lo forman las masas o mayorías, que se muestran dóciles, receptivas y controladas por las élites y los medios de comunicación. Esto nos demuestra la relación directa de la opinión pública con los medios de comunicación.

La teoría de la *construcción social de la realidad*, propuesta por Berger y Luckmann (1996), trata de estudiar en qué medida la imagen del mundo social se elabora bajo la influencia de los medios de comunicación, en los estudios sobre la opinión pública en la sociedad de la información adquieren mayor importancia las teorías sobre los efectos sociales de los medios. Desde cualquier perspectiva que se observe la historia de los estudios sobre la opinión pública, es evidente la importancia que en ella ha tenido, y sigue teniendo todavía, el problema de la influencia y de los efectos que ejercen los medios de comunicación de masa sobre los individuos, los grupos, las instituciones y el sistema social.

El modelo que ha explicado con más éxito los efectos que producen los medios de masas y cuáles son sus relaciones con la opinión pública ha sido la teoría de la *agenda setting*, que está enmarcada en los estudios de los efectos a largo plazo. En dicha teoría se enfatiza el poder de los medios de comunicación



para atraer la atención hacia ciertos temas o problemas y al mismo tiempo crear los marcos -frames- de interpretación de los acontecimientos sociales.

“El fundamento intelectual de la agenda-setting se centra en la obra “Public opinion” de Walter Lippmann. Se refiere al modo en que la gente llega a conocer el mundo exterior a su propia existencia, cómo forman las ‘imágenes en sus mentes’ sobre el mundo y la gente que lo habita [...] los medios de difusión moldean estas imágenes al seleccionar y organizar símbolos de un mundo real que es demasiado amplio y complejo para un conocimiento directo” (McCombs y Evatt, 1995, 9).

Lippman señala que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes, las imágenes que destacan los medios son las que destaca la audiencia. Los medios, informando sobre la realidad externa, presentan al público una lista de los temas que serán objeto de la opinión pública. El primer aspecto de la agenda setting es denominado priming -preparación- y el segundo aspecto, llamado *framing* -encuadre-. Ambos están vinculados al proceso de la construcción social.

Por el "encuadre" los medios llevan a cabo un sutil proceso de selección de ciertos aspectos de la información, que son presentados como más importantes, al mismo tiempo que hacen unas evaluaciones positivas o negativas del tema. Los medios inducen al público no sólo a pensar sobre un tema o temas concretos, sino que sugieren también qué decir de los hechos, cómo interpretarlos y evaluarlos. La teoría del encuadre se desarrollará a partir de allí en la sociología y “*se trasladará al estudio de los medios de comunicación en cuanto que también los periodistas interpretan realidades para darlas a conocer a sus audiencias*” (Sádaba, 2001, 148)

Es un proceso de transmisión de sentido ya que va de los medios a la audiencia y de la audiencia a los medios a través de las noticias. Involucra tanto aspectos cognitivos y de interpretación individual como aquellos que caracterizan a la sociedad en la que se insertan los medios. Por eso, rechaza el objetivismo argumentando que el periodista encuadra la realidad y aporta su punto de vista al informar lo que ocurre, es decir, los medios reflejan una realidad social a la que contribuyen con sus propios marcos a través de la selección de ciertos temas y el descarte de otros.



El concepto de frame o marco aplicado a la agenda de los medios se refiere a *"la idea central organizadora del contenido informativo que brinda un contexto y sugiere qué es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración"* (McCombs, 2006, 170)

La misma escasez de imágenes fotográficas que documentan el período en que duró el conflicto bélico permitió establecer 'marcos' que alteraron los sentidos de la población argentina a partir de la manipulación de los acontecimientos por parte de los medios de comunicación. Los frames son estructuras para conocer la realidad, que aciertan al señalar que la realidad se mira desde distintos lugares, desde distintas ventanas, y que esa realidad cambia, dependiendo de si la ventana por la que se mira es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco. La teoría del encuadre viene a subrayar, que para el conocimiento de las cosas no hay un único camino, sino que se dispone de múltiples vías, perspectivas, y maneras de acceder a la realidad.

Tras definir a los medios de comunicación como actores políticos que influyen en la opinión pública y en su toma de decisiones, se tuvo en cuenta la teoría del framing porque ayudó a advertir los distintos enfoques con que los diarios presentaron una misma noticia y/o una misma fotografía.

Un medio de comunicación gráfico ofrece más de un centenar de informaciones distintas y por supuesto que no todas tienen la misma importancia o trascendencia, es por eso que los redactores, el director o los responsables de las áreas clasifican las noticias dependiendo de su importancia. Dichos editores y directores informativos -también llamados *Gatekeepers*-, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. La selección de las noticias más importantes dada al inicio de los informativos, la noticia o noticias que aparecen en la primera página de los periódicos, el tamaño de los titulares, la extensión de una noticia y el insistir en ella un día y otro día, apuntan hacia la determinación de la importancia de los acontecimientos y ponerlos en el centro de atención de la opinión pública.

En aquel entonces, la sociedad en su mayoría era pasiva, receptiva y a la vez fácilmente manipulable. Durante las dictaduras esta capacidad de ser manipulables



viene dada justamente por la imposición de la fuerza ejercida por la autoridad de turno. A la eliminación de la crítica como elemento periodístico le siguió la del análisis político. Días antes de que se produzca el golpe de Estado, los principales diarios nacionales comenzaron a “preparar” de alguna forma la opinión pública.

Pero... ¿Realmente se creía lo que se decía o simplemente era lo que la gente quería escuchar? Esta situación me recuerda a aquellos padres que antes de dormir les contaban un cuento que les gustara a sus hijos para que no tengan miedo y puedan dormir tranquilos. La mayor parte de las personas aceptó las noticias triunfalistas, no sólo porque era lo que decían, sino porque es lo que querían que sucediera.

Neumann (1977) con su teoría de *espiral del silencio*, nos explica que las personas tienen la capacidad de intuir las opiniones mayoritarias y minoritarias que existen en una sociedad y por este motivo, la gente tiende a manifestar sus opiniones cuando sabe que coinciden con los de la mayoría, mientras que se callan cuando son parte de la minoría.

De esta manera se hacía entonces que pareciese que el pueblo unido estaba a favor de todo lo que estaba sucediendo mostrándose un apoyo más fuerte del que en realidad existía. Esta teoría explica que esto sucede porque las personas que forman parte de esa minoría tienen miedo al aislamiento o por eso deciden mantenerse en silencio a salir a enfrentarse a la mayoría.

Así, un punto de vista va dominando la escena política mientras que el otro va desapareciendo, hecho que ocurrió hasta la caída de Puerto Argentino que es cuando esa mayoría se da cuenta del engaño y salen a las calles en busca de respuesta.

Los medios de comunicación tienden a crear opiniones mayoritarias en la sociedad, por lo que, utilizando la teoría de Neuman, tienen la capacidad de callar las opiniones que no le interesan, dándoles menos cobertura y convirtiéndolas en minoritarias. Y ese es el motivo por el que el control de estos medios es tan importante y más aún en épocas de guerra donde se hace imprescindible contar con el apoyo de la población.

Conclusión del capítulo



Como se pudo comprobar, uno de los componentes fundamentales que intervienen en la formación de la opinión pública es la información, por lo que toda manipulación de la misma, puede tener una gran trascendencia, aún más en tiempos de crisis o de guerra, para obtener un comportamiento determinado de la población, y ya que los medios de comunicación son el principal elemento difusor de la información, se puede considerar que ellos son uno de los mejores instrumentos existentes sobre los que se puede actuar para modificar en el sentido pretendido la opinión pública.

Esto hizo que el intento de control de los medios de comunicación sea una constante preocupación de los gobernantes políticos y por lo estudiado en el desarrollo de este trabajo, las guerras no son una excepción. En ellas, siempre existió un cierto control sobre la prensa, control que resultó más efectivo cuando se coordinó desde los ámbitos más altos y abarcó todos los ámbitos de la sociedad: la interior (población civil), la exterior (países aliados, neutrales y enemigos) y la del frente (tropas combatientes), ya que abandonar algunos de estos campos puede suponer la pérdida de apoyos imprescindibles para conseguir la victoria.



CAPÍTULO IV - El engaño en primera plana

“Aceptamos la realidad del mundo que se nos presenta”

The Truman Show.

Como se desarrolló en el capítulo dos, con la llegada de la dictadura, comenzó una etapa oscura en la cual predominaba la violencia y el autoritarismo, por lo que en este capítulo en cuestión, se analizará específicamente el contenido de las tapas de los medios gráficos nacionales ya que en los mismos las imágenes tenían gran relevancia debido a las características de sus portadas que eran en colores, con gran formato fotográfico.

Como plantea Lucrecia Escudero (1996), se originó el *“síndrome de permeabilidad de la información”*, dado que el conflicto bélico atravesó todas las secciones de los diarios y revistas, ocasionando que el lector no logre encontrar un espacio “neutro” que no refiera al hecho bélico. No obstante, si bien Malvinas en un primer momento captaba la atención de la totalidad de los medios, con el afán de lograr apoyo al gobierno de facto y con el correr de la guerra, proyectando un resultado desfavorable, la agenda viró a otras temáticas.

Cabe destacar que para los periodistas las fuentes de información eran tres: el Ministerio de Defensa, la Junta Militar y los corresponsales de guerra argentinos y británicos que se encontraban en la zona de guerra.

El conflicto por las Malvinas se divide en tres etapas: el momento de las negociaciones diplomáticas, que se extiende desde la toma de las islas por parte de los argentinos, desde el 1 de mayo; el momento de la guerra, de la confrontación bélica en sí y el momento de la derrota argentina. Por lo que en todo periodismo de guerra, la situación en el frente de batalla cambia día tras día y eso modifica también la forma de informar a la población, principalmente cuando las noticias no son alentadoras. Por eso, para facilitar la comprensión y descripción del contenido noticioso, las tapas y portadas a analizar, están ordenadas por fecha y número de edición.

El objetivo central es mostrar que aún pese a las diferencias entre las publicaciones, todas compartieron una línea similar durante la Guerra de Malvinas. Lucrecia Escudero afirma que la revista tomada como objeto de estudio, GENTE,



“ha pasado a transformarse de semanario de actualidad a un verdadero dispositivo de focalización gráfica de la guerra” (Escudero, 1996, 69) y que “el diario Clarín es el periodico de mayor difusión nacional argentino”. (Escudero, 1996, 63)

Por eso, es fundamental comprender el funcionamiento de la prensa para estudiar la manera en que la opinión pública fue persuadida por el discurso oficial para otorgar verosimilitud a su versión de la realidad nacional.

ANÁLISIS DE LAS TAPAS NACIONALES

3 de Abril - Edición N°: 12.972



Título de la tapa: “Euforia popular por la recuperación de las Malvinas”

Subtítulo de la tapa: “El presidente Galtieri saluda, desde los balcones de la Casa de Gobierno, a la multitud congregada para celebrar la reconquista.”

En el primer día que se señala la recuperación de las Islas Malvinas, el protagonista es Galtieri bajo el término de presidente. La centralidad se da desde los balcones de la Casa Rosada y se lo observa rodeado de colaboradores saludando con el brazo en alto. Cuando una persona produce un discurso, a partir de aquel, se



genera en nosotros una cierta imagen. Por eso, respecto del saludo de Galtieri en el balcón hay diversas interpretaciones posibles. Por un lado se puede observar la intención de imitar el gesto de Perón, pero por otro hay fotos en las que se lo ve saludando con el pulgar en alto, igual al ícono principal de la propaganda: “Argentinos, a vencer!”:



Podemos reconocer a la propaganda por sus objetivos de comunicación: persuadir y repetir: la propaganda es un discurso repetitivo para reforzar o llegar al público al que se quiere llegar.

Como se puede observar en la tapa del diario, “Clarín” expone a través de las imágenes los valores que se adjudica el poder militar, instaurando en la sociedad la creencia de que los dictadores, nuevamente, salvaron al país. Así lo demuestran las fotografías que exponen a una Plaza de Mayo llena de gente, apoyando las decisiones de un régimen autoritario de tomar las islas Malvinas.

La construcción periodística de la plaza del 2 de abril se asemeja a los festejos del Mundial de Fútbol de 1978, con tomas panorámicas de grandes masas festejando en las calles y fotos centradas sobre todo en la figura de Galtieri saludando al pueblo desde el balcón de la casa de gobierno. La prensa escrita, reflejó este clima de consenso enfervorizado.

A partir de esa fecha, la Argentina se transformó en un escenario donde día tras día se representaba la unidad del pueblo y del gobierno contra el colonialismo

³ Fotografía de Presidencia de la Nación. 3 de abril de 1982

⁴ Publicidad oficial. Clarín 4 de mayo de 1982



inglés. Las fotos publicadas unánimemente en toda la prensa ayudaron a forjar la imagen de apoyo a la decisión de la Junta Militar. Si se presta atención al campo semántico utilizado en este título, palabras como “euforia” o “recuperación” son una clara evidencia de las huellas del nacionalismo territorialista que impregnaba a la cuestión Malvinas.

Si bien este trabajo final pretende analizar las tapas de diferentes medios gráficos, cabe destacar que en la edición del diario en cuestión, específicamente en la página 24 se difundió una foto (fotografía 1) de 5 soldados con una bandera argentina que flamea, como parte del anuncio de la “recuperación de Malvinas”, con el epígrafe: “Soldados reponen la bandera Argentina en las Malvinas” (Fotografía de la Armada)



Fotografía 1



Fotografía 2

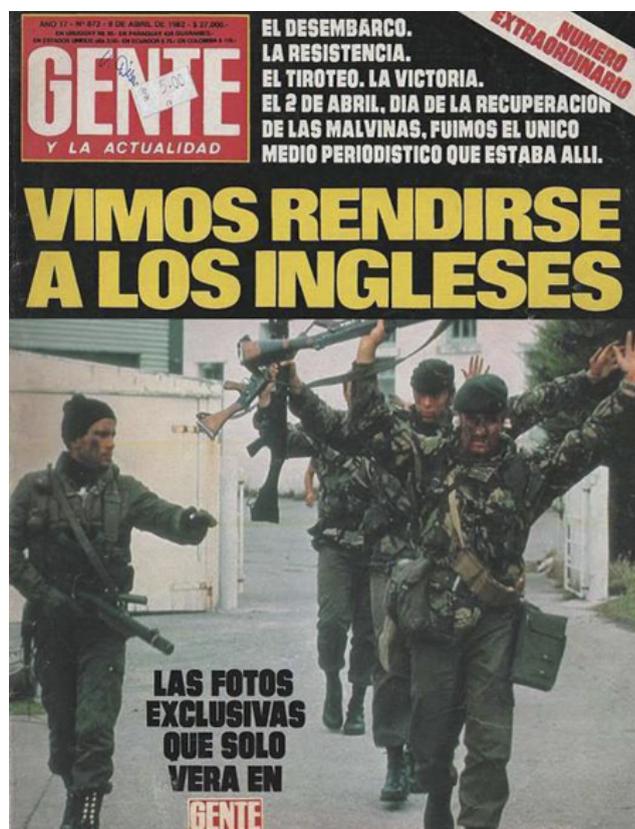
Se puede afirmar que esta foto es FALSA, debido a que se repartió de forma impresa en papel fotográfico y fue distribuida a diarios y agencias el mismo 2 de abril cuando apenas habían transcurrido horas del desembarco y era imposible que esa imagen hubiese sido enviada desde las islas. Además, ningún soldado dijo “yo estuve ahí” “yo soy uno de ellos”, pero lo más impactante es que tampoco ningún fotógrafo se adjudicó los derechos de autor de la foto.



Es importante resaltar que dicha imagen, intenta replicar la fotografía número 2 realizada por Joe Rosenthal⁵ en Iwo Jima, Japón, el 23 de febrero de 1945. Esta última muestra a cinco marines de los Estados Unidos y a un médico de la Armada estadounidense alzando la bandera de dicho país en el monte Suribachi durante la Segunda Guerra Mundial.

Fue el propio diario Clarín que en el décimo aniversario del conflicto, el 3 de abril de 1992, en la nota “La foto ‘trucha’” expresa: “Con el tiempo se supo que esa foto había sido preparada con anterioridad al desembarco. Se la tomó en terrenos de la ESMA -Escuela Mecánica de la Armada-, en Buenos Aires”. Es importante resaltar que sí existieron imágenes de un izamiento aquel día, como la publicada en la Revista Gente el 8 de abril y fotografiada por Rafael Wollman, pero esas fotos no coinciden con la imagen analizada. Por ejemplo, la foto que no fue tomada en Malvinas cuenta con un palo con punta filosa, mientras que las que sí muestran una bandera siendo izada en un mástil.

8 de Abril - Edición N°: 872



⁵ Fotógrafo de la agencia Associated Press y ganador de un Premio Pulitzer por esa imagen



Título de la tapa: “Vimos rendirse a los ingleses”

Subtítulo de la tapa: “Las fotos exclusivas que solo verá en GENTE”

En esta primera edición y que da pie al comienzo del análisis de la revista “Gente” se centró en la recuperación de las islas. La portada hace referencia a una fotografía de soldados argentinos caminando por las calles malvinenses, presumiendo la superioridad de las tropas con la imagen de la “rendición” de los ingleses y exalta el ánimo triunfalista con fotografías del enemigo con las manos en alto. En ese contexto, y para del discurso oficial, estas fotos muestran un acto de reparación y recuperación histórica.

Todas las ediciones de dicha revista en cuestión que componen el universo mediático referido a la guerra -salvo las que aparecen en circulación después de la rendición argentina- instalan la creencia de que un “NOSOTROS” (los argentinos) le estamos ganando la guerra a un “OTRO” (los ingleses). El uso de los pronombres personales tiene la intención de reforzar la noción de identidad nacional y ubicar a todos los que no son argentinos como enemigos. Son los “otros” los invasores, los agresores. Algo significativo para resaltar, es que la revista “Gente” no exhibe el rostro de los muertos ni los cuerpos de las víctimas en la guerra. Por eso se dice que la guerra de Malvinas fue una guerra sin cadáveres, pese a que sólo del lado de “NOSOTROS” hubo más de 600 soldados muertos.

En la entrevista realizada por Cora Gamarnik⁶ a Lou Armour -ex combatiente inglés, quien aparece en primera plana en la portada de CARAS- el 29 de septiembre de 2018, Cora pregunta:

Cora Gamarnik: *“¿Vos pensás que estas fotografías influyeron de alguna manera en las decisiones que tomó el gobierno británico?”*

Lou Armour: *“Hay un debate acerca de si la fotografía influyó en la decisión de Margaret Thatcher de enviar fuerzas armadas. Inglaterra estaba llegando al final de su imperio y Margaret Thatcher fue allí para demostrarle al mundo que aún tenía fuerza”.*

⁶ Comunicadora social, Doctora en Ciencias Sociales, Docente e investigadora del fotoperiodismo. Actualmente coordina del área de Estudios sobre Fotografía de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA.



Cora Gamarnik: *¿Vos sentiste que era una foto de la humillación? ¿Lo sentiste así? O mejor: ¿Te sentiste humillado por la fotografía?*

Lou Armour: *“Por supuesto, sí. Primero, no es tanto por el orgullo inglés, sino que éramos marinos y no nos rendimos. Solo bajamos las armas por órdenes de nuestros superiores. Nosotros no nos rendimos, nos dijeron que depongamos las armas. Estaba en juego nuestro orgullo profesional”.*

Cora Gamarnik: *“Ah, entiendo. Tus propios jefes dieron la orden. Para vos no es entonces una foto de la rendición...”*

13 de Abril - Edición N°: 12.982



Título de la tapa: “Drástico rechazo argentino a una propuesta de Haig”

Subtítulos de la tapa:

“Fueron suspendidas las compras en la Comunidad Europea”

“La flota del mar se concentró en puerto belgrano”



El diario titula “Drástico rechazo argentino a una propuesta de Haig” haciendo énfasis y adjetivando la postura del gobierno. Además, como se señala en la bajada, la propuesta de un gobierno tripartito en las Islas Malvinas fue rechazada por el canciller argentino, Costa Méndez, en forma “terminante”.

En dicha portada seleccionada, se ve a los soldados argentinos descansando y leyendo las cartas de sus familiares. Desde el inicio del conflicto, las imágenes que se obtenían, publicaban y circulaban sobre los soldados fueron motivo de diversas disputas y relatos visuales contrapuestos. La prensa mostró homogéneamente en un principio a los soldados como jóvenes héroes dispuestos a morir por la patria. Es decir, no se hace un relato informativo objetivo periodístico, basado en los datos reales del conflicto sino que, en rigor, se hace la narración de una hazaña.

En los distintos medios se pueden observar fotos en los que se los ve felices y sonrientes, hasta incluso, saludando a la cámara. Estas imágenes fueron obtenidas en los primeros días posteriores al desembarco cuando todavía no se preveía que pudiese estallar una guerra real. Sin embargo, la realidad era que los mismos estaban incomunicados.

Se buscaba presentarlos en buen estado, comiendo, fuertes pero no era la realidad. Y lo vemos reflejado en que es la única fotografía del día presente en la tapa. Clarín publica la imagen de tres soldados argentinos bajo el epígrafe: “Soldados del ejército leen cartas enviadas por sus familiares para las fiestas de Pascuas, mientras se mantienen alistados en Comodoro Rivadavia”

La sonrisa de los soldados en las fotografías hablaba de que las redes de ayuda del continente funcionaban y que, gracias a eso, todos los ciudadanos podían colaborar para ganar la guerra. La constante apertura de canales de colaboración, que iban desde el envío de chocolates, abrigos y cartas hasta la “colecta patriótica”, no tenían por único objetivo recaudar ayuda, sino hacer que todos los ciudadanos se sintieran parte de esa causa nacional. La guerra no era solo un asunto de militares; era cosa de todos. En este sentido, las fotos no son solo un testimonio, una huella, un documento o una representación, sino que constituyen, en el pasado y en el presente, una toma de postura activa en la disputa por el relato de lo ocurrido aquellos días.



2 de Mayo - Edición N°: 13.001

Edición de 128 páginas, para Capital y Gran Buenos Aires. Precio de este ejemplar: \$ 4.800.— Reserva de aduana: \$ 100.—

Clarín X

Año XXXIV - N° 13.001 - Domingo 2 de mayo de 1982
Buenos Aires - República Argentina

DUROS COMBATES AEREOS Y NAVALES

Desde las 4.40 de ayer, momento en que se produjo el primer ataque aéreo británico sobre Puerto Argentino, se libran intensos combates en las proximidades de las islas Malvinas. Al cierre de esta edición se informó que la Fuerza Aérea Argentina ejecutó una operación combinada sobre la flota británica, provocando la pérdida de tres aviones, dos helicópteros y daños en una fragata misilística. También existía certeza de la caída, mar adentro, de otras cuatro máquinas del tipo Sea Harrier.

INFORMACION EN LAS PAGINAS DOS A CINCO



**GALTIERI
PAGARAN UN
ALTO PRECIO
POR LA
AGRESION**

INFORMACION EN LAS PAGINAS OCHO Y NUEVE

DENUNCIAS ARGENTINAS ANTE LA ONU Y LA OEA

Título de la tapa: “Duros combates aéreos y navales”

Subtítulos de la tapa:

“Galtieri: pagarán un alto precio por la agresión”

“Denuncias argentinas antes la ONU y la OEA”

El feriado del 1º de mayo marcó el comienzo de la invasión británica a las Malvinas. El presidente de facto vuelve a estar en la portada del diario con una cita directa, claramente el mensaje hace alusión directa a los británicos. Galtieri, en cuanto enunciador del discurso, consolida su veracidad desde su rol institucional y de poder. Las posturas de su cuerpo y sus gestos también contribuyeron a ello, en particular, utilizando frases como “*Si quieren venir que vengan, les presentaremos batalla*” que buscaban garantizar al pueblo que él haría lo necesario para luchar por sus tierras.

En esta fecha, se iniciaron los bombardeos ingleses sobre las islas, especialmente en la zona del aeropuerto. Ese hecho fue un punto de inflexión tanto del conflicto como de la cobertura mediática. Los medios argentinos comenzaron a



hablar de guerra literalmente y a profundizar el operativo de desinformación. Continuó la visión triunfalista, pero ahora con el relato de una gran “batalla naval” en la que, como en el juego, había barcos hundidos o dañados. A partir de entonces, los fotógrafos de Télam fueron los únicos que pudieron permanecer en Malvinas durante el resto del conflicto. La necesidad de los medios nacionales para cubrir diariamente la información con material “fresco” y actualizado fomentó la aparición de una “audiencia” para la compra de noticias que estuvieran relacionadas de algún modo con el conflicto.

Como plantea Lucrecia Escudero, *“Lo sorprendente de esta guerra no es tanto la mentira de los medios, como la verdad relatada. La verdad mediática”* (Escudero, 1996, 28). Una vez estallado el conflicto, el objetivo para la prensa fue llenar la cantidad de páginas con información cotidiana sin tener corresponsales directos en las islas, frente a una población expectante que comenzó a comprar y consumir más medios. *“Mientras las naves británicas se desplazaban, los medios debían llenar el espacio con un relato oportuno capaz de capturar la atención del lector con un cierto suspenso, como si fuera una novela por entregas”*. (Escudero, 1996, 172)

5 de Mayo - Edición N°: 13.004

Clarín X

ARGENTINA HUNDIO UN DESTRUCTOR Y ABATIO DOS AVIONES

INFORMACION EN LAS PAGINAS SIGUIENTES



El destructor británico Sheffield, hundido cerca de las Malvinas, luego de un ataque aéreo de las Fuerzas argentinas.

“GENERAL BELGRANO”

RESCATARON A 680 NAUFRAGOS Y HAY MAS SOBREVIVIENTES

INFORMACION EN LAS PAGINAS SIGUIENTES

IRLANDA SOLICITO LA CONVOCATORIA DEL CONSEJO DE SEGURIDAD



Título de la tapa: “Argentina hundió un destructor y abatió dos aviones” - “Rescataron 680 náufragos y hay más sobrevivientes”.

Subtítulos de la tapa:

“Rescataron a 680 náufragos y hay más sobrevivientes”.

“Irlanda solicitó la convocatoria del consejo de seguridad”

Un claro y triste ejemplo de cómo se ocultaba la información es la tardanza de los medios argentinos en publicar las fotos del hundimiento del Barco ARA General Belgrano. Dicho hecho, dramático y de gran envergadura, aconteció el 2 de mayo de 1982 y fue un antes y un después para Argentina. Recién el día 5 de mayo, el Diario Clarín se refiere al ARA "General Belgrano" pero lo hace sin foto y, en sentido positivo al decir “Rescataron 680 náufragos y hay más sobrevivientes”. La mayoría de los diarios, destacaron el rescate de los soldados, la presencia de sobrevivientes y el hecho de que la nave se encontraba fuera de la zona de guerra. De esta manera, se disminuía la importancia al ataque inglés.

El hecho de que se resaltara el heroísmo argentino por enfrentarse a lo que se consideraba una potencia imperial, fue un motivo frecuente en la prensa nacional durante la guerra. Aunque, en igual portada y en primer término, refiere a que la Argentina habría hundido un destructor y dos aviones ingleses y, en ese caso, si utiliza foto. Es importante mencionar que los ciudadanos argentinos accedían a la guerra -y a cómo esta se desarrollaba- a través de la prensa y los medios de comunicación en general y que, en algunos casos, casi no existía una diferencia entre las actitudes de los medios de comunicación y la propaganda oficial del régimen.

Durante el período que duró el conflicto hubo una ausencia unívoca de imágenes en donde pudiesen verse las dificultades que atravesaban los soldados en las islas: la sequedad, el frío y el hambre, no existen en las fotografías de prensa. Como expresa Néstor Marrapondi -ex combatiente de Malvinas-, entrevistado por Granados para su podcast -La cruda-: “*nosotros luchamos en tres frentes, el frío, el hambre y los británicos*” (Granados, 2021, 8:37).



6 de Mayo - Edición N°: 876



Título de la tapa: “Estamos ganando”

Subtítulo de la tapa: “Martes 16:10 horas. Puerto Darwin, Islas Malvinas. Soldados argentinos esperan un posible desembarco. Sin embargo solo se registra un ataque aéreo. Dos aviones ingleses son abatidos”

En los primeros días de mayo, un grupo de soldados argentinos, cuerpo a tierra, están preparados para resistir el desembarco de las tropas inglesas en Puerto Darwin. El título, con letras amarillas y en primera persona del plural -que nos incluye a todos, los combatientes que fueron a la guerra y todos los argentinos-, no deja lugar a dudas: “Estamos ganando”.

Este fue el número con el pico máximo vendido por la revista. Sin embargo, sale a la calle cuatro días después del hundimiento del Belgrano, cuando la revista ya sabía y de hecho había pagado por las fotos del mismo. Esto hace suponer la existencia de una decisión por parte de quienes manejaban el aspecto comunicacional de la guerra, de profundizar y reforzar la visión triunfalista y el falso relato frente a la cruda realidad de los hechos.



Al asociar a la fotografía con la idea de “documento”, se está refiriendo a algo que sirve en primer lugar para dar testimonio de una realidad, y luego para recordar la existencia de dicha realidad. Esa idea de exclusividad, que “Gente” hace explícita en la mayoría de sus tapas cuando dice “Nuevo documento histórico exclusivo”, “Las fotos que sólo verá en Gente”, significa que las fotografías están proporcionando un testimonio particular, en este caso, sobre el conflicto, puesto que es más creíble que un texto escrito, y su valor es más fuerte en la medida en que son fotos únicas. Además, la idea de “documento”, incita al almacenamiento, con esto se quiere decir que la revista estimula a la compra, y luego al archivo de la misma en el típico “cajón de los recuerdos”.

La aparición de la imagen en aquel entonces, le da como veracidad al hecho en cuestión, ya no se trataba de comprender lo que estaba sucediendo, se trataba de verlo. Si hay fotografías es verdadero, pero si no las hay, está condenado al silencio. Todas las fotos tienen el mismo cielo gris encapotado y no hay acción bélica alguna. Los reporteros tenían que sacar la “toma incruenta” de las islas sin que existiera acción alguna ese día.

Es por eso que la gran mayoría de noticias contenían imágenes y si no podían ser actuales, se recurría a las fotografías de archivo y en última instancia al dibujo de algún artista, pero no podía aparecer una información sin el respaldo de una foto o ilustración, por este motivo Gente “presumía” tener las mejores fotografías, muchas veces publicadas en hojas completas.

Cabe destacar que el conflicto bélico quedaba muy lejos tanto de Buenos Aires como de Londres, con lo cual la única “guerra” que los lectores podían “ver” era la que se mostraba a través de las fotos que salían en la prensa. Diego Pérez Andrade⁷ afirmó que: *“nosotros estábamos haciendo una guerra acá y en Buenos Aires están haciendo otra guerra, y en el medio estaban los periodistas”* (Sigil Comunicación y Sociedad, 2005, 33:07)

Además, en este punto, se quiere resaltar que la revista Gente construía el heroísmo y patriotismo de los soldados conscriptos argentinos. Los comenzó a llamar los héroes de mayo. Es decir, esta revista apelaba a la memoria histórica del lector, para quien los héroes de mayo eran Saavedra, Moreno, Juan José Paso y los

⁷ Periodista de la agencia Télam



integrantes de la Primera Junta de 1810; figuras de peso histórico, próceres de gran reputación. De esta manera, se elevaba a los soldados nacionales a la categoría de héroes y, se ubicaba a las acciones militares en la misma línea que las acciones de los próceres de aquel entonces.

13 de Mayo - Edición N°: 877



Título de la tapa: “Las fotos de la guerra que usted nunca vio”

Subtítulo de la tapa: “Gran Bretaña asesina: El crucero A.R.A General Belgrano comienza a hundirse, atacado por un submarino nuclear británico, fuera del límite de exclusión”

El hundimiento del Crucero General Belgrano, que se encontraba fuera de la zona de guerra, produjo fuertes repercusiones en los diferentes sectores de la sociedad argentina. Fue el episodio de guerra con mayor cantidad de bajas argentinas, y la prensa no quedó exenta de su fuerte impacto.

Este suceso, en el que habían muerto 323 soldados, se produjo el domingo 2 de mayo a las 17:00 hs. cuando el General Belgrano fue bombardeado por el



submarino nuclear británico. Este es un claro y triste ejemplo de cómo se ocultaba la información, ya que recién el 13 de mayo Clarín publicaba las fotos del hundimiento del barco -cuando ya se conocían en el mundo entero-, por ende, existía una clara tardanza de los medios argentinos en publicar la información.

Mostrar las fotos del barco hundiéndose en pleno desarrollo del conflicto era un golpe demoledor para las Fuerzas Armadas argentinas. Hasta entonces la campaña mediática se había basado en una política de ocultamiento, mentiras y falsos triunfalismos. Por eso, para “minimizar” la foto del Belgrano hundiéndose, se contraponen con una imagen de los restos de un Sea Harrier supuestamente derribado por las fuerzas argentinas.

La prensa, destacó el rescate de los náufragos, la presencia de sobrevivientes y el hecho de que la nave se encontraba fuera de la zona de bloqueo. Dado que la censura impedía que la prensa difundiera información sobre las bajas, poco se mencionaba sobre las muertes provocadas por el ataque. De esta manera, se disminuía la importancia al ataque inglés. Se observa así un cumplimiento efectivo de la censura que buscaba imponer el régimen militar.

Todas las imágenes que se difundieron durante la guerra de Malvinas fueron parte de la trama que los medios de comunicación desarrollaron para fomentar una acción psicológica en sus lectores. Durante el conflicto, en el diario no se encuentran imágenes de combatientes muertos o heridos. Por el contrario, en algunos casos se muestra a los combatientes en forma despreocupada y sonriente, a pesar del contexto bélico.

En cuanto a la redacción, podemos notar que, en este caso, el titular ya no está escrito en primera persona plural, sino que cambia la persona, ya no existe un “nosotros” y se construye otro receptor “usted”. Además, en el epígrafe de la foto se señala al opositor como “Gran Bretaña asesina” para reafirmar aún más el sentimiento de rivalidad y enfrentamiento.

Específicamente, en el titular se mantuvo un tono objetivo y neutral, meramente informativo, pese a haber sido el episodio más mortífero que transitó la Argentina en todo el conflicto bélico. Lejos había quedado el tono épico, heroico y



triunfante que se observaba en los titulares en los inicios de la guerra, y que enfatizaban la euforia en las manifestaciones de apoyo, el consenso y la unidad.

Los diarios y revistas aumentaron sus tiradas, sobre todo aquellos que anunciaban imágenes de la guerra. *“Durante el conflicto, la información sobre la guerra ocupó el 90 % del espacio en los semanarios de actualidad y entre el 57 y el 60% en los diarios”* (Escudero, 1996, 86) A continuación veremos el incremento en las ventas de la revista “Gente” y el diario “Clarín” entre febrero y agosto de 1982:

	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Gente	202.718	183.927	301.808	411.569	408.672	256.546	162.528
Clarín	508.310	504.786	582.115	611.885	558.573	500.214	479.772

Fuente IVC (Instituto Verificador de Circulaciones)⁸

La noticia de la “recuperación” de las Malvinas y la guerra en sí misma representó un negocio de grandes proporciones para los medios argentinos. La revista Gente y el diario Clarín lideraron el mercado local. Según se desprende de la información del IVC, entre febrero y mayo de 1982 la revista Gente aumentó sus ventas un 123% mientras que Clarín lo hizo un 21%.

Todos los diarios aumentaron su tirada y si bien algunas revistas las redujeron, se debía a que la revista Gente absorbió a sus lectores porque anunciaba en cada ejemplar fotos exclusivas de la guerra. Los familiares y amigos de los soldados, por su parte, compraban los diversos medios con la esperanza de encontrar en ellos fotos de sus seres queridos.

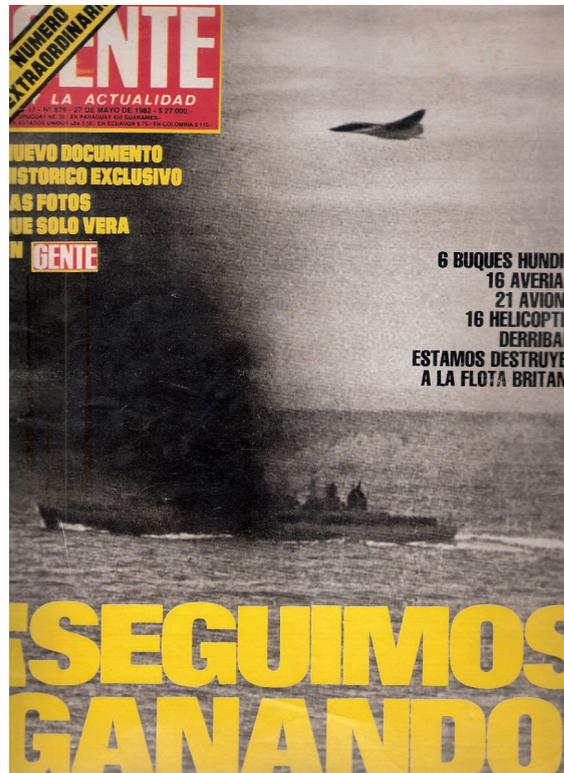
La Revista Gente al presentar estas fotografías como un documento histórico, intenta, en primera instancia, hacer que el conflicto adquiera visibilidad a través de sus páginas con el fin de fomentar una mayor credibilidad en la población, y en segunda instancia, ponerse en el lugar de la exclusividad. Las fotos que se publicaban en ese entonces estaban, en términos de Roland Barthes, “en pose”,

⁸ El IVC mide la cantidad de ejemplares que se hacen llegar a los lectores por los canales de distribución. No mide la audiencia real (que es mayor) debido a que un mismo medio puede tener uno o más lectores.



estaban armadas para generar una idea en los receptores de esa imagen, una idea que era distinta a lo que en realidad ocurría.

27 de Mayo - Edición N°: 879



Título de la tapa: “Seguimos ganando”

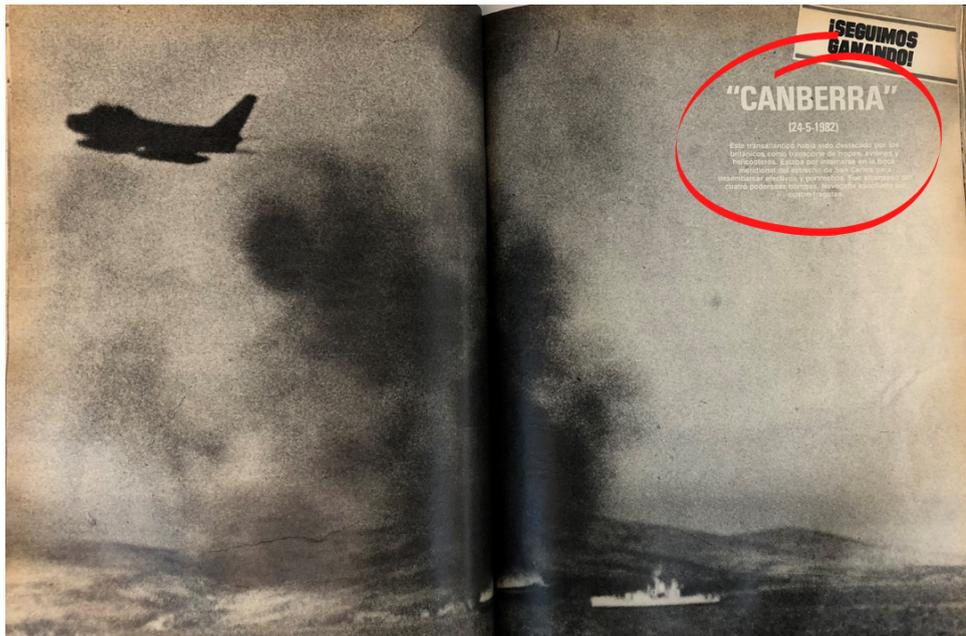
Subtítulo de la tapa: “6 buques hundidos. 16 averiados. 21 aviones y 16 helicópteros derribados. “Estamos destruyendo a la flota británica”

La revista sigue con la misma línea en tapa: “¡Seguimos ganando!”, cuando en realidad, faltaba muy poco para que la guerra terminase y se haga pública la decisión de rendición. En la bajada se puede observar que se enumeran los daños a la flota británica: 6 buques hundidos. 16 averiados. 21 aviones y 16 helicópteros derribados. “Estamos destruyendo a la flota británica”, se insiste.

Las fotos divulgadas en el ejemplar, muestran buques pertenecientes a la flota británica en el momento mismo de su destrucción. Estos buques, que se revelan a través de fotografías en blanco y negro, son: el Sheffield, el Coventry, el Ardent I, el Ardent II, el Canberra y el Antelope. Supuestamente, el Canberra según la revista, había sido “alcanzado por 4 poderosas bombas”.



Pero el Canberra no fue hundido, como se publicó en aquel momento. De hecho, fue ese crucero inglés el que trasladó a Puerto Madryn (Chubut, Río Negro) a más de cuatro mil soldados el 19 de junio de 1982, luego de la rendición argentina. Otros buques británicos sí fueron dañados, pero no el Canberra, como fue reportado. Obvio que cabe la posibilidad de un error de identificación por parte de los pilotos, pero la prensa lo magnificó.



En esta portada, prefiere hablarse de la efectividad del ataque argentino y de las preocupaciones que desencadenó este hecho en el gobierno británico, que hablar sobre el número de víctimas que había sufrido la Argentina con el hundimiento del Belgrano.

La imagen en la prensa durante la guerra, fue un arma poderosa para proporcionar un plus de credibilidad a las campañas de “acción psicológica”, que imponían una “verdad mediática” frente a los hechos. Estas campañas se propusieron -y en gran medida lo lograron- convencer a una parte importante de la población -que a su vez quería creerlo- de que ganar la guerra era posible.

El propio Samuel “Chiche” Gelblung⁹ declaró: *“El comandante en jefe de una de las armas llegó a decir que habían hundido al Invencible solo porque lo había*

⁹ Es un periodista, conductor argentino de radio, televisión y corresponsal de guerra



visto en una revista. Por supuesto lo que vio fue una foto trucada...". (Ulanovsky, 2005, 137)

“Mientras la guerra se desarrollaba en el sur del continente, a Oscar Raúl Cardoso, periodista de Clarín, le tocó viajar incansablemente por Europa y Estados Unidos en busca de la información que aquí escaseaba. En 1996, refiriéndose a aquel tiempo, reconoce que cada vez que hablaba a Buenos Aires para pasar información el discurso de una y otra fuente se diferenciaba más. “Era cómico. En el mundo de aquí el portaviones Invencible estaba bajo las aguas hacía rato. En el mundo en que estaba yo, pongamos en Nueva York, seguía flotando sobre la superficie. Aquellas diferencias eran grandes e irreconciliables”, explica Cardoso. (Ulanovsky, 1987, 114)

Fotografías tomadas en un lugar como si fuera otro, fotos posadas, otras publicadas como si hubiesen sido sacadas un día cuando habían sido obtenidas otro, imágenes trucadas. Estas producciones gráficas y visuales, fueron las que poblaron los medios aquellos días. En la foto de la tapa, el medio eligió una imagen de un buque con mucho humo y un avión sobrevolando la nave. Pero la foto, aunque real, fue exagerada, según reconoció Jorge Gayoso, el laboratorista de la editorial que intervino la foto.



10

¹⁰ Foto real de la tapa sin editar



“Tengo el testimonio del propio Gayoso contándolo. Usó una foto del destructor inglés Coventry, le agregó el avión que en la foto no estaba y creó con un truco de laboratorio el humo negro sobre la cubierta del barco” (Gamarnik, 2022)

Cuando una foto aparece publicada en un diario o revista -a diferencia de otros contextos de publicación-, hay un pacto de lectura implícito que le otorga a esa imagen una noción de evidencia. Y ese pacto de lectura implica creer a priori en la verdad del enunciado informativo. Con la fotografía de prensa se puede decir que, en principio, el lector se acerca a la imagen con la expectativa de que se desplegará ante él un fragmento que es, de alguna manera, un recorte de lo real..

Una vez más, se demuestra en esta reconocida y recordada portada, que los medios gráficos de comunicación transmitían el discurso que se iba ganando, cuando en realidad estaba ocurriendo lo contrario. La portada de la Revista Gente nos muestra cómo, a través de su publicación, buscó influenciar a los receptores, o a su audiencia, sobre lo que realmente estaba ocurriendo.

6 de Junio - Edición N°: 13.036



Título de la tapa: “Refuerzan la defensa de puerto argentino”



Subtítulos de la tapa:

“Los británicos se pueden llevar una sorpresa”

“Proyectan otra convocatoria del Consejo de Seguridad”

“Clarín” afirmaba en su portada que “los británicos se pueden llevar una sorpresa”, a pesar de que pronto culminaría la guerra con resultado adverso para el gobierno argentino.

Siguiendo los lineamientos de la censura impuesta por la dictadura militar, era imposible para la prensa mencionar las palabras “rendición” y “derrota”. Dado que se había prohibido hablar de una derrota argentina, se utilizaban eufemismos y expresiones más difusas para evitar dicho concepto. En este momento, la prensa periódica básicamente repitió el discurso oficial del régimen, que se negaba a considerar al cese del fuego como una derrota.

Se hacía énfasis, como anteriormente se indicó, en el heroísmo de los jóvenes soldados argentinos, así como también en la superioridad tecnológica, como factores que justificaban la derrota argentina (aunque no se la llamara de esa manera).

El diario llevaba meses mostrando la supuesta capacidad y preparación del ejército y sus posibilidades de vencer a su par inglés. Finalmente, dos de las cuestiones que más se mencionan al recordar la guerra, son el hambre y el frío que los argentinos sufrieron en la zona de combate.

Esta foto, de alguna manera, se anticipó a las denuncias de maltrato, frío y hambre que pasaron luego los soldados en las islas y que recién después de finalizada la guerra se difundirán en el país. A lo lejos, de espalda, se ve a alguien que parece ser un oficial, con una campera más abrigada que la que llevan puesta los soldados.

En este sentido las fotos no son solo un testimonio, una huella, un documento o una representación, sino que constituyen, antes y ahora, una toma de postura activa en la disputa por el relato de lo ocurrido aquellos días.



11

24 de junio - Edición Nº: 883



Título de la tapa: “La guerra que no vimos”.

Subtítulos de la tapa: “Lo que nadie mostró hasta ahora”

“Historia secreta de LA CRISIS”

¹¹ Malvinas, 3 de abril de 1982. Fotógrafo Omar Torres.



Inmediatamente después de la rendición y sin solución de continuidad, comenzaron a publicarse imágenes donde se veía a los soldados con frío, miradas perdidas y apariencia demacrada. Pero se enfatizó el carácter heroico de que los mismos lucharon pese a la desigualdad tecnológica con respecto a Gran Bretaña. De la misma forma que Gente había instalado el “Estamos ganando”, salió a decir luego de la rendición argentina que mostraría “Lo que nadie mostró hasta ahora”. Con grandes letras rojas tituló “La guerra que no vimos”. Allí se publicaron entre muchas otras fotos de los soldados entregando ordenadamente las armas, heridos bien atendidos y a Galtieri solemne observando un cuadro de San Martín en su despacho.

A la invisibilización y al ocultamiento de los propios soldados se sumó la censura, la destrucción y el robo del material fotográfico que contenía el registro del final de la guerra, la rendición y el retorno. Al igual que habían hecho con los secuestros y desapariciones, las fuerzas armadas organizaron el ocultamiento no sólo de quienes regresaban derrotados de Malvinas, sino también de cualquier rastro de registro de estos hechos.

Teun Van Dijk dice en La noticia como discurso que: *“Las cifras son señales de precisión y veracidad y sugieren un aparente acceso directo del reportero a los datos”* (Van Dijk, 1992, 131). En los momentos previos a la guerra y durante las primeras etapas de ésta, el diario presentaba cifras precisas relacionadas con el conflicto, como por ejemplo, detalla el número de voluntarios o la cantidad de armamentos que poseen las Fuerzas Armadas argentinas. La disminución en la precisión de las cifras es directamente proporcional a la profundización del conflicto. Esto lleva a una disminución en la veracidad de la información y también se produce por medio de imprecisiones y del uso de verbos, condicionales en la construcción de la noticia

Durante el conflicto bélico los argentinos adherían a los mensajes de los medios, guiados por el gobierno de facto, y confiaban en la posibilidad de ganar. La acción psicológica sobre la sociedad era clara. Sin embargo, el discurso mediático no sirvió para que Argentina venciera. Al finalizar la guerra, comenzó un proceso de "desmalvinización", no se hablaba de Malvinas, o por lo menos no se lo hacía como hasta ese momento, hablar de la guerra era demostrar la ineptitud de los militares.



Podemos decir que hablar de Malvinas estaba, de una u otra manera, prohibido. Los mismos militares les decían a los excombatientes que debían olvidarse de todo, no contarle a nadie, era algo prohibido como una derrota sin ningún sustento o apoyo nacional. En línea con ello es que se evitó en los medios frases como "rendición", "cese del fuego", "firma de un acta para retirar las tropas".

Si bien excede el objeto de estudio de esta tesis, cabe destacar la situación en la que se encontraron los combatientes al regresar de las islas. Los mismos no tuvieron ninguna recompensa económica, social, ni asistencia de salud ni psicológica, no había un reconocimiento hacia ellos. Es más, se crearon Centros de Recuperación del personal con una doble función: la recuperación y el tratamiento del personal para ejercer un control previo a la reincorporación en la vida civil.

Cuando el general Galtieri había renunciado a la presidencia, por lo que se hacía evidente un próximo retorno de la democracia; aparecen en los principales diarios críticas al régimen militar por sus decisiones en torno a la cuestión Malvinas. Por lo que es probable que el punto de quiebre en cuanto al cambio de registro discursivo, se diera al conocerse los verdaderos términos de la rendición argentina. Además, la derrota y la muerte no son tematizadas en las fotografías de prensa hasta un largo tiempo después de la derrota, cuando comienzan a circular las imágenes del cementerio de Darwin.

La sensación de engaño generalizado que se produjo una vez finalizada la guerra, dio marco a las reacciones antimilitares que ya estaban presentes. La revista Gente por ejemplo descendió en un 60% sus ventas entre mayo y agosto de 1982 -Fuente: datos IVC (Instituto Verificador de Circulaciones)-. Además de la amargura por la rendición se sumó la sensación de estafa, frustración y justamente engaño que sintió la inmensa mayoría de la población argentina.

“El relato de la guerra de Malvinas se abre y se cierra en un mismo escenario, setenta y cuatro días después y con mil muertos argentinos más”.
(Escudero, 1996, 229)

Conclusión del capítulo

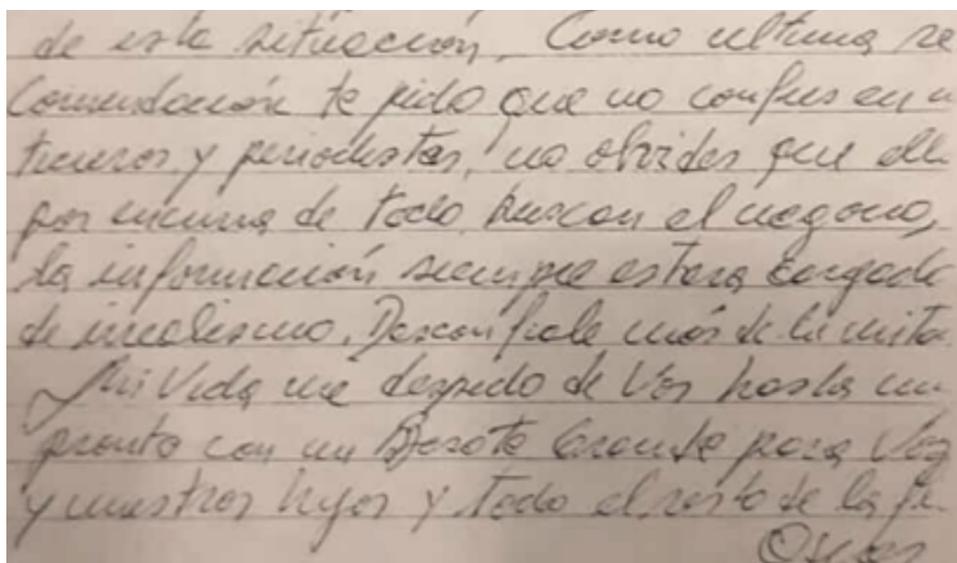
Luego de finalizar con esta etapa del análisis, no se puede dejar de advertir que gran parte de la sociedad en 1982 -en cuanto receptor de esa información-



asumió un rol pasivo creyendo lo que los medios de comunicación le transmitían. Es aquí donde entra en juego el modelo de comunicación unidireccional, planteado por Harold Dwight Lasswell, en la cual el comunicador emite un mensaje a la población y esta es pasiva en su reacción.

El autor postula que para que la comunicación sea exitosa debe poder responder ¿Quién dice, qué dice, por qué canal, a quién dice y con qué efecto?. Además, había muchas menos herramientas para informarse que en la actualidad. Por lo tanto, también era muy difícil tener acceso a las noticias difundidas en Inglaterra para conocer qué decía al mismo tiempo la prensa del otro lado del continente.

Cuando se dice que gran parte de la sociedad era pasiva es porque una minoría permanecía “más activa” o con una mirada más crítica a lo que sucedía en aquel entonces. En una de las cartas enviada por un teniente -Manuel Oscar Bustos- decía: *“Como última recomendación te pido que no confíes en noticieros y periodistas, no olvides que allí por encima de todo buscan el negocio, la información siempre estará cargada de desconfianza más de los críticos”*. (Bustos, 1982)



Cada mensaje producido por los medios de comunicación tiene una intencionalidad determinada que, en 1982, era hacerle creer a la población de que los combatientes estaban preparados, que la Argentina tenía el armamento para vencer a los ingleses y que el pueblo argentino conseguiría la victoria sobre el enemigo. Por lo que se puede afirmar que la prensa cumplió con las medidas



establecidas por el régimen militar en cuanto a la difusión de la información sobre el conflicto. Se hizo hincapié en el consenso y en la unidad, se evitó hablar de una derrota, aun cuando esta era evidente, y se mantuvo un tono heroico, épico y triunfalista.

En resumen, los diarios y revistas nacionales buscaban persuadir a la población, generando la convicción de que íbamos ganando, venceríamos a los ingleses y recuperaríamos las islas. Aunque existió un cambio hacia un tono más crítico, este se produjo en la posguerra, no durante la guerra en sí misma. Durante la Guerra misma, era prácticamente imposible encontrar en la prensa periódica críticas a las decisiones del régimen militar.

Por lo que en las portadas que fueron analizadas, se puede afirmar que los medios cumplieron con las medidas establecidas por el régimen militar en cuanto a la difusión de la información sobre el conflicto. Se hizo hincapié en el consenso y en la unidad, se evitó hablar de una derrota, aun cuando esta era evidente, y se mantuvo un tono heroico, épico y triunfalista. En todo momento se manifestó el factor de consenso que implicaba la causa Malvinas, y se hizo evidente el nacionalismo.

Los medios de comunicación tienen un rol central a la hora de generar memoria e identidad nacional, esto sin dudas, se vio manifiesto durante la guerra de Malvinas ya que ayudaron a consolidar esa memoria colectiva. Y así lo demuestra el hecho que muchas de las portadas, que fueron puestas bajo análisis, son parte de nuestra memoria colectiva -ésta se construye en relación al proceso social de reconstrucción del pasado vivido, experimentado y sentido por un determinado grupo o comunidad, que los constituye como una entidad-. La mayoría de las personas recuerdan por ejemplo la portada de la Revista Gente con su titular "Estamos Ganando".

El denominador común, es que ninguno de los discursos presentados por los medios gráficos analizados prioriza el episodio de Malvinas a partir de la guerra, sino que más bien se han ocupado por dotar de sentido a otros aspectos tales como la unidad nacional, el protagonismo argentino en el mundo, la generosidad y entrega del pueblo a una causa común, la valentía de los soldados argentinos, etc.



En las páginas precedentes se realizó un análisis de las tapas que publicaron la revista Gente y el diario Clarín durante el conflicto que tuvo lugar en el Atlántico Sur entre el 2 de abril y 14 de junio de 1982. Hemos podido apreciar cronológicamente el modo en que se publicaron las fotos de dichas tapas, los discursos verbales que las acompañaban, la forma en que construyeron sentido, en definitiva, como delinearon y fundaron un relato sobre la Guerra de Malvinas

Ahora bien, ¿Cómo reaccionó el resto de la prensa frente al conflicto Malvinas, sin estar atravesada por estos factores (nacionalismo argentino / censura de un régimen autoritario)?

Lo ideal es que los hechos sean contrastados con las versiones del “país enemigo”, para que cada ciudadano tenga la posibilidad de formar su propio juicio al respecto de lo que sucede en el frente de batalla. Por lo que en el próximo apartado de este trabajo final se retomará la problemática del análisis del discurso pero desde el punto de vista de la prensa internacional.



CAPÍTULO V - La guerra (in)visible

“Todo lo que queda afuera de lo que el ojo de la cerradura no nos deja ver, es como si no existiera”

Casi Ángeles 4. Capítulo 51 "Por el Ojo de la Cerradura"

El presente capítulo mostrará el contraste que existió entre la manera de tratar el conflicto de la prensa nacional, y las formas que adoptaron los medios ingleses. Asimismo, se desarrollará una explicación de por qué los mismos pudieron tener otras actitudes diferentes a las conductas presentes en la prensa nacional.

Fundamentalmente, se considerará que, en líneas generales, la prensa internacional tuvo un mayor campo de maniobra para manifestar posiciones y actitudes críticas. Se pondrá especial atención al hecho de que la misma no estaba atravesada por las prácticas de censura de un régimen dictatorial, así como tampoco estaba influenciada por factores constitutivos de la causa Malvinas tales como el nacionalismo territorial argentino. En contraste con la prensa argentina, los medios británicos adoptaron un tratamiento muy diferente del conflicto bélico en el Atlántico Sur. Para empezar, porque a diferencia de nuestro país, los medios de comunicación gráficos que se analizarán a continuación se insertan en países con regímenes democráticos.

Durante la guerra de Malvinas la cobertura informativa de los medios británicos dependió del Ministerio de Defensa, ya que la única forma de llegar a las islas era por medio de la fuerza de tareas (Task Force). Sin embargo, como suele ocurrir en tiempos de guerra, el mismo Ministerio impuso cierta censura a los medios de comunicación para no distribuir información que perjudicara a la causa británica. Además, realizó frecuentemente conferencias de prensa para el periodismo. En ciertos casos, dio instrucciones a los periodistas sobre cómo comportarse respecto de la cobertura de información.

De todas formas, una censura leve en un contexto de democracia y ocasionada por la coyuntura especial que supone un enfrentamiento bélico, no tiene comparación con la censura impuesta por un gobierno dictatorial y autoritario, y que, como ya se ha argumentado; no era un fenómeno que nació por la guerra, sino que ya se había hecho presente desde los inicios de la dictadura.



Cabe destacar que, varios de los medios de comunicación extranjeros tenían el aporte de los exiliados argentinos que habían sido perseguidos por la dictadura. Por esta razón, es lógico suponer que la prensa internacional contaba con un campo de maniobra mayor para plantear posiciones más críticas hacia el régimen militar.

ANÁLISIS DE TAPAS INTERNACIONALES

3 de abril



Título: It's war! (¡Es guerra!)

Subtítulo:

- 40 warships ready: (40 buques de guerra listos)
- "paras" are called: (soldados en paracaídas son convocados)
- Prince Andy to go: (el príncipe Andy listo para ir)

A diferencia de la prensa periodística argentina, el registro semántico utilizado en este artículo se limita a lo descriptivo y a lo informativo. No se hacen juicios de valor (ni positivos ni negativos). Se menciona que se está en una guerra sin hacer alusión a un sentimiento patriótico o eufórico. También, aunque las



manifestaciones de consenso y apoyo aparecían, no se ponía el énfasis en ellas. De hecho, hasta aparecían los conflictos internos y las divisiones.

Además, en este punto donde se dio inicio a la guerra, existió una gran diferencia con respecto a la prensa local. Mientras que los diarios argentinos ensalzaban las supuestas grandes cualidades y riquezas que poseían las islas, los medios británicos señalaban que se trataba de una tierra inhóspita, invadida por el viento con una economía muy limitada, una población decadente y pocos recursos (aunque se rumorea que quizá podría haber gas y petróleo). En síntesis, si se toma en cuenta la descripción, las islas eran un territorio por el cual no valía la pena desarrollar un conflicto bélico a gran escala.

Si bien el objetivo es analizar las portadas, cabe destacar que en el cuerpo del artículo se mencionan los argumentos que utilizan tanto Gran Bretaña como Argentina para defender sus respectivas posiciones, así como también las numerosas negociaciones previas con respecto a las islas que habían fracasado. En el caso de la prensa argentina, la posición británica está totalmente ausente. El simple intento de entender -no implica compartir a dichas ideas- la posición británica, hubiese sido considerado como “antinacional”.

5 de abril





Título de la tapa: “Surrender!” (Rendición)

Subtítulo de la tapa: “A moment of humiliating defeat for our marines” (Un momento de derrota humillante para nuestros marines)

Tanto los medios gráficos argentinos como los británicos publicaron ediciones especiales dedicadas al desembarco del 2 de abril. Pero en este caso, se observan diferencias importantes con respecto a la prensa nacional: no se habla ni de una reconquista, ni de una recuperación de un territorio que pertenece a la Nación, ni tampoco se utilizan palabras de tinte épico, que buscaban recalcar el supuesto acto heroico que suponía la ocupación argentina. Además, el hecho de llamar a las islas “Falklands”, es decir, con su nombre inglés, implica un posicionamiento que se inclina más a favor de la postura inglesa.

Retomando la entrevista realizada por Cora Gamarnik a Lou Armour. Él aclaró: “Yo no pienso que Margaret Thatcher usó la foto para la guerra. Creo que alguna parte de la prensa pudo haberlo hecho, como The Sun.” (Amour, 2018) a lo que la entrevistadora le pregunta: ¿Sabía el gobierno lo que vendía The Sun? y Lour Armour responde: “Si querés una teoría conspirativa... El gobierno no le pediría a The Sun que no publique las fotos. The Sun las hubiera publicado de todas formas, porque vendían, porque iban a vender millones de ejemplares”.

4 de mayo





Título de la tapa: “GOTCHA” (te agarré, te tengo, te hundí)

Subtítulo de la tapa: “Our lads sink gunboat and hole cruiser” (Nuestros muchachos hunden un barco de cañón y agujerean un crucero)

Como podemos observar en este caso, el diario The Sun, al igual que los medios argentinos, hacía uso de la primera persona ("nuestros muchachos") en la cabecera deja claro que no era un observador distante del conflicto, sino un participante directo. Además, utiliza un título llamativo de gran tamaño que ocupa todo el ancho superior de la tapa.

Pero, a diferencia de la prensa nacional, menciona que el barco tenía una tripulación de más de mil hombres y que, por lo tanto, el ataque había resultado probablemente en una gran pérdida de vidas. Es decir, podía hablarse del naufragio y del importante número de bajas, aspecto que la censura impuesta en Argentina no permitía.

La prensa británica, a diferencia de la Argentina, tuvo un abanico de posibilidades más amplio para posicionarse frente al hundimiento. La prensa argentina se limitó a denunciar que el ataque había sido injusto (aunque sin poder mencionar la superioridad británica, o el número de bajas).

En la misma entrevista, Cora Gamarnik le pregunta a Lou Armour *¿Y qué pasó con la tapa que publicó The Sun con el título “Gotcha” cuando hundieron el Belgrano?*

Lou responde: *“La mayoría de los británicos pensó que esa tapa era muy poco respetuosa. De mal gusto diría yo, grosera. Con las personas con las que hablé del tema lo encontraban de muy mal gusto. Algo típico en The Sun. La gente se volvió en contra de The Sun. No nos gusta ese tipo de nacionalismo, en especial cuando hay muertos de por medio. Es como una especie de nacionalismo berreta. Te diría que la foto del Belgrano tuvo malas consecuencias”*

Es por eso que el titular se cambió para ediciones posteriores luego de conocerse la cantidad de bajas argentinas.

7 de mayo



Títulos de la tapa:

- “WAR” Two Harriers down (“GUERRA” Dos Harriers caídos)
- “PEACE” Argentina rejects truce plan (“PAZ” Argentina rechaza plan de tregua)

Subtítulo de la tapa: The tragic toll hms sheffield (El trágico peaje hms sheffield)

La tapa de la edición del 7 de mayo de 1982 está dividida en dos partes por medio de una línea vertical. Del lado izquierdo está escrita la palabra guerra (war) y del derecho, la palabra paz (peace). En este caso, se presenta a la situación que vive el país como una tensión entre dos opciones totalmente opuestas.

Argentina es mostrada como la causante de demorar un cese del fuego, ya que se recalca que ha rechazado un plan de paz. También se afirma que cualquiera sea el resultado de la guerra, Argentina no dejará de reclamar la soberanía sobre las islas. Desde ese lugar, The Daily Mirror incita a los políticos a buscar una salida negociada al conflicto en las islas Malvinas, como así también a que se detenga la matanza de soldados de ambos bandos. Por eso, el diario utiliza sus páginas como un espacio de denuncia, criticando el “blackout” de información impuesto por el



gobierno británico. Al hablar de las víctimas de la guerra, los argentinos y británicos son tratados de igual a igual, resaltando su valentía en el teatro de operaciones.

El diario apela a las fuentes oficiales, como los gobiernos argentino, británico y estadounidense. Estas se institucionalizan debido a que son las más usadas y porque están situadas en las altas jerarquías de la sociedad. Al apelar a gran variedad de fuentes, busca mostrar diversidad de opiniones sobre el conflicto.

11 de mayo



Título de la tapa: “We´re closing in” (Nosotros estamos finalizando)

Subtítulos de la tapa:

- “Diana chooses Bárbara as her nanny” (Diana elige a Bárbara como su niñera)
- “Britain launches new blitz” (Gran Bretaña lanza un nuevo bombardeo)

En esta tapa del diario, podemos notar la mayor diferencia de la prensa británica respecto a la argentina debido a que en la mayoría de los medios nacionales de lo único que se hablaba era de la Guerra de Malvinas, tomando como enemigo absoluto a los ingleses. En cambio, en los diarios ingleses, la guerra era representada sin mayor trascendencia; ellos no solo hablaban de la guerra,



Malvinas era un tema más junto con tantos otros, quizás se debía a que estaban acostumbrados a este tipo de conflictos bélicos.

La tapa, como entrada al diario con la que se encuentra el lector, resume en unos pocos titulares la situación actual. Por tanto, por medio de una lectura rápida el lector tiene un pantallazo general de lo que ocurre con respecto al tema Malvinas. Sin embargo, se da poca información, se podría decir que se crea cierto suspenso para atraer al destinatario hacia el contenido del interior del periódico. Es por eso que se dirige a un enunciatario que busca información pero también entretenimiento, que le interesa conocer lo que sucede en cuanto a la actualidad de su país pero también lo referido al mundo del espectáculo y el deporte

Cabe resaltar que otra gran diferenciación con los medios de comunicación nacionales, es que The Daily Mirror publicaba citas textuales de las fuentes con el fin de legitimar la información y de decir por boca de otro lo que pensaba acerca de los acontecimientos. Las citas *“se acercan más a la verdad y son más fiables que las descripciones del suceso por parte de los reporteros. Las citas no solamente convierten el informe periodístico en algo más vivo, sino que son indicaciones directas de lo que se dijo en realidad y a partir de ahí, de lo que es verdad -como-acto-verbal. El hecho de introducir participantes como hablantes beneficia tanto a la dimensión humana de los sucesos informativos como a la dramática. En ese caso los actores de la noticia se representan como actores reales, y desempeñan o vuelven a desempeñar su propio rol”* (Van Dijk, 1992, 130)

Además, respecto a su relación con el gobierno, si bien se mostraba cercano al mismo al llamar a los gobernantes por su sobrenombre, en ciertas ocasiones se ubicaba en una posición superior desde la cual podía exigir al poder político que lleve a cabo determinadas acciones.

Los periódicos británicos construyeron inmediatamente secciones específicas sobre la guerra (“The war” “Falklands”) que se mantuvieron a lo largo del conflicto. Con esto, lograron que el lector se sienta libre al circular en el interior de la información generalista deteniéndose -si así lo desea. en el segmento dedicado al enfrentamiento bélico-.



Además, cuando en nuestro país las fotos eran presentadas como “documentos históricos”, en este caso y en la mayoría de los diarios ingleses se puede observar que las fotografías ocupan un espacio secundario y solo están colocadas para dar soporte a los títulos.

No obstante, en los días en los que se producen las batallas más cruentas aparece reubicada la información sobre Malvinas con un recuadro con la fotografía de un soldado acompañada de la leyenda “Conflict in the Falklands” (“Conflicto en las Malvinas”). Esto muestra el establecimiento del tema Malvinas en la agenda del medio y la importancia que este le da a su cobertura.

29 de mayo



Título de la tapa: "We're Winning!" (Estamos ganando)

Subtítulo de la tapa: “Darwin and Goose Green fall to Britain's troops” (Darwin y Goose Green caen ante las tropas británicas)

El Daily Mirror en este caso hace referencia a un titular argentino (Estamos ganando, revista GENTE, 6 de Mayo - Edición N°: 876) al informar sobre la victoria en Goose Green.



En esta edición, aparece un pequeño fragmento con un elemento que se ausentaba totalmente en la prensa argentina: hay una impugnación al régimen militar en su totalidad, una crítica clara y abierta a los militares (se los considera fascistas) y una alusión a la gravedad que suponía la cuestión de los desaparecidos, que para muchos de los medios de comunicación argentinos era un tema tabú dadas las prácticas de censura que imponía el régimen militar.

Además, en el cuerpo del periódico se publicó una especie de caricatura que comparaba el fervor nacionalista generado por el Mundial de Fútbol del 78' durante el gobierno de Videla, con el fervor patriótico provocado por la recuperación de las Malvinas durante el gobierno de Galtieri. Esto suponía una clara crítica, apuntando a la necesidad constante del régimen militar de distraer a la población con grandes triunfos, ya sea en lo deportivo o en la guerra, que generaran consenso entre la sociedad civil y ayudaran a dejar en segundo plano la pérdida -o la falta- de legitimidad.

De esta forma, se construyó una imagen agresiva del adversario, destacando en este caso la condición dictatorial del gobierno argentino que atacó militarmente a la soberanía inglesa. De este modo, la guerra justificada ante la opinión pública británica, se presentaba como un enfrentamiento sin violencias gratuitas, sin víctimas inocentes y en el cual los militares británicos aparecían como caballeros.

Conclusiones del capítulo

Sintetizando los aspectos desarrollados a lo largo de este capítulo, podemos considerar que hay un gran contraste entre la posición de la prensa internacional y la posición de la prensa argentina.

Al comienzo de la Guerra, se puede observar una diferencia muy grande entre la cobertura que otorgaron al suceso los medios de comunicación argentinos y los internacionales. En primer lugar, el estilo podía limitarse al registro descriptivo o informativo, sin tener que incluir adjetivos o sustantivos que denotaran una connotación positiva y le dieran un tinte heroico al accionar argentino. También, aunque las manifestaciones de consenso y apoyo aparecían, no se ponía el énfasis en ellas. *“La influencia de la prensa gráfica se traduce en los siguientes datos: 85% de los ciudadanos británicos leía por lo menos un diario nacional o uno regional y el*



77% de los ciudadanos argentinos era lector de diarios y el 59,7% de semanarios”
(Escudero, 1996, 43)

Además, había un mayor campo de maniobra para mantener una postura crítica con respecto al régimen militar en su totalidad. Al no estar sujetos a la censura, podían aparecer mayor cantidad de posiciones críticas, así como también, existía posibilidad de hacer mención a elementos que la censura argentina impedía, como la superioridad tecnológica británica. Y, por último, factores como el fervor nacionalista asociado al territorio que abundaba en la prensa argentina, no se hacía presente en la prensa internacional. Y, los periodistas, al no tener un compromiso con la cuestión Malvinas como causa nacional, podían aparecer ambas posiciones -la británica y la argentina- con respecto al conflicto.

La recuperación de las islas Malvinas es vista por los británicos como una liberación de las mismas. Por tanto, el 14 de junio es la fecha más representativa en el sentimiento británico. Consideran que luego de la guerra mejoró la situación económica y política de los isleños, así como también afirman que la derrota argentina posibilitó la caída de la dictadura de Leopoldo Galtieri y abrió el camino hacia la democracia. Además, opinan que fue un episodio aprovechado por ambos gobiernos para desviar la atención del pueblo de los problemas económicos y políticos de cada país.



CONCLUSIONES - El silencio no es mi idioma

“El recuerdo configura nuestros vínculos con el pasado; las maneras en las que recordamos nos definen en el presente.”

Andreas Huyssen (catedrático de Filología germánica y Literatura comparada)

Es en esta instancia donde todo lo desarrollado comienza a hilarse, a unirse, cobrando en sus relaciones un mayor sentido. *“La labor del investigador no es juzgar sino comprender”* (Expresión del historiador francés Marc Bloch). Esa fue la actitud que condujo este trabajo final. Comprender las razones por la que los medios de comunicación gráficos argentinos desinformaron durante la guerra de Malvinas distorsionando el discurso real de los acontecimientos.

Ciertamente, la censura junto con la manipulación de la información, resultaron en una cobertura de calidad muy pobre, por estar alejada de los hechos de la realidad. Frente a estas condiciones de producción, el análisis de la superficie textual de los medios permitió reconstruir las huellas que dejó el relato oficial en su discurso, a partir de las operaciones que aplicó en el plano retórico, temático y enunciativo para construir el símbolo Malvinas. Ahora bien... ¿Cuáles son las diferencias más significativas y notorias que se encuentran entre los medios argentinos y los medios ingleses?

En primer lugar, los medios británicos tuvieron la posibilidad de poder cuestionar la política del gobierno de Margaret Thatcher, actitud que no podían tomar los diarios y semanarios nacionales debido a las presiones ejercidas por el régimen dominante.

En segundo lugar, con respecto a la construcción del “otro”, los ingleses no establecen una diferenciación entre el pueblo y el gobierno argentino, en cambio, en los medios de nuestro país hay una distinción entre la ciudadanía británica y los gobernantes, mostrando que no todo el pueblo está de acuerdo con el desarrollo de una guerra.

En tercer lugar, los medios argentinos conservaron el mismo imaginario con respecto a las tropas inglesas a lo largo de todo el conflicto. En cambio, en el caso de los medios extranjeros, se da un cambio en la visión de los soldados argentinos a partir de los hundimientos de los buques Sheffield y Gral. Belgrano. Desde ese momento comienzan a considerarlos como seres de gran valentía y heroísmo.



En cuarto lugar, la posibilidad de ser testigo de los acontecimientos que ocurrían en el “teatro de operaciones” marca una gran diferencia entre la cobertura de los medios analizaron. Mientras que los británicos pudieron enviar a sus corresponsales en los buques, posibilitando un contacto directo con los acontecimientos y sus protagonistas, los argentinos sólo accedieron a las tropas que se hallaban en el continente. Mientras los corresponsales ingleses brindaban información desde el lugar de donde se originaron los hechos, los semanarios nacionales no produjeron su propia información sino que recibían la noticia de un tercero. La existencia de restricciones en el acceso a la información de los medios argentinos sobre lo que sucedía en el Atlántico Sur influyó en la relación entre los medios y las fuentes.

En quinto lugar, el gobierno británico tuvo mecanismos de comunicación para las acciones bélicas por lo menos desde la Primera Guerra Mundial por lo que para el año 1982, los medios de comunicación y las fuentes informativas oficiales conformaron un sistema complejo y aceitado (periódico a conferencias de prensa, un código para las publicaciones referidas a temas de defensa, elaborado conjuntamente entre los periodistas y funcionarios públicos). El gobierno argentino, por su parte, desarrolló una estrategia de comunicación de prensa a medida que el conflicto se desarrollaba ya que tanto en términos militares como comunicacionales, se trataba de la primera guerra “moderna” que tenía como protagonista a la Argentina.

En sexto y último lugar, pero no menos importante, la prensa internacional al no estar atravesada por la censura tuvo un campo de maniobra más amplio para manifestar posiciones críticas. Por lo general, el contenido a publicar era meramente descriptivo o informativo, sin tener que manifestar una posición innegablemente favorable a su propio gobierno.

Antes la desinformación era fundamentalmente una cuestión de Estado, del Gobierno que movilizaba sus maquinarias para desinformar, con el apoyo de medios masivos y de partidos políticos, por eso, la manipulación fue una estrategia compartida, y todas las herramientas se desplegaron para dar a conocer una realidad que se creaba en secreto y se compartía en público. Durante el desarrollo de la guerra de Malvinas, para los medios de comunicación en general y los



analizados en este trabajo en particular, la figura de Galtieri siempre fue de "presidente", nunca de dictador. Se resaltó su función como "parte de una Junta de gobierno", corriendo el foco de atención y evitando el uso del término "régimen". Por eso, una cosa era aceptar la censura impuesta por el régimen y otra falsificar una noticia. Los medios en su rol de actores sociales y políticos, construyeron relatos sobre la realidad, la interpretaron y se configuraron como productores de sentido.

Las fotos de las publicaciones eran una mentira, representaban lo que el gobierno quería, estaban armadas para generar una idea en los receptores de esa imagen, una idea que era distinta a lo que en realidad ocurría. Así por ejemplo los medios de comunicación generaban la errónea concepción de que íbamos ganando y que los soldados nacionales eran superiores a los ingleses en preparación y armamento cuando, en realidad, era todo lo contrario.

Aunque no puede dejarse de lado que también hubo cierto control en Gran Bretaña, como sucede en casi cualquier contexto de guerra. Es lógico que, frente a un conflicto bélico, los gobiernos no quieran dejar que se filtre cualquier tipo de información. Por lo tanto, en dichos contextos, la libertad de prensa suele verse un poco restringida. Es aquí donde se resalta el gran contraste y la enorme distancia que hay entre la prensa extranjera con respecto a la prensa argentina: haciendo una generalización a gran escala, la prensa internacional es un caso que funciona como un polo opuesto de la posición de la prensa argentina. Dónde en un caso hubo censura y consenso, atravesado por el nacionalismo; hubo en el otro mayor libertad y posibilidad de disidencia.

Ahora bien, la reflexión final que uno hace frente a esto es, ¿De quién es la culpa? ¿De alguien que informa y se "equivoca" o de la sociedad que cree simplemente por que aparece en los medios de comunicación?

Para resolver este interrogante, cabe destacar que en este caso el fin último no es buscar un culpable, sino más bien exponer "ambas caras de la moneda" para lograr una comprensión más completa y detallada sobre el tema.

Los ciudadanos de 1982, entendidos como espectadores, tienen poca capacidad de interacción con aquello que los medios les ofrecen. El espectador no



ve las cosas ni las situaciones reales sino hechos y situaciones ficticias, ve imágenes que se proyectan y que han sido seleccionadas para él. El problema radica en saber diferenciar cuando se brinda información y en qué momento se produce una manipulación de la misma. Para resolver dicha incógnita los sujetos sociales deben de ser capaces de comparar la noticia que les llega con el hecho del cual se les informa. En un contexto de Golpe de Estado en el cual existe censura; y teniendo en cuenta la distancia que los separa del lugar del conflicto, a los argentinos se les hacía imposible obtener información verídica que permitiera hacer un contraste con las noticias de la prensa nacional, por lo que se daba por cierto lo que en muchas ocasiones no lo era, sólo porque aparecía en los medios de comunicación.

Es por eso mismo que sin los medios, los acontecimientos y hechos que se iban dando y desarrollando durante la Guerra de Malvinas, no hubieran existido, pero si una persona era alcanzada por las acciones propagandísticas de la prensa gráfica podía ser controlada, manipulada e inducida a actuar. Estos efectos son especialmente relevantes en periodos de conflictos bélicos porque se traducen en masas que toman una posición favorable o desfavorable, por eso los políticos están interesados en controlar los medios de comunicación porque saben que son un instrumento fundamental para hacer llegar sus mensajes a la audiencia y convencerla.

Retomando la problemática del principio, la circulación de desinformación no es un fenómeno nuevo, sino histórico, aunque algunas particularidades diferencian la etapa de la guerra con la actualidad. Si bien el conflicto bélico de Malvinas aconteció en un gobierno de facto, ello no implica que, aún en sistemas democráticos, no existan controles sobre los medios, que deben ser desterrados. Esto es fundamental si lo que se busca es lograr una prensa libre e independiente que garantice a la sociedad el acceso a la información objetiva y completa de lo que está aconteciendo. De esta forma, se puede conocer el entorno y actuar en consecuencia ya que tener acceso a la información es un derecho básico.

Por todo lo planteado anteriormente, se considera que se está en posición de cuestionar la ética de los profesionales a la hora de comunicar y transmitir la Guerra de Malvinas en los medios masivos de comunicación.



En toda profesión, la ética, es la base fundamental para el ejercicio de sus funciones o actividades, es la referencia al sistema de valores que posee un individuo, estos determinan su acción, que está bien y que está mal, que es justo o que es injusto. Los profesionales en relaciones públicas y comunicación tienen un dilema adicional: tomar decisiones que satisfagan el interés del público, el de la empresa, que respeten el código de ética de la organización y sus valores. Por este motivo, los relacionistas públicos experimentan el “tirón” de dos lealtades: la lealtad hacia la organización y la lealtad para la profesión. Cabe destacar que las profesiones de relaciones públicas, trabajan a menudo para directivos que saben poco de relaciones públicas.

Con el modelo de agente de prensa, el cual se ejerció durante todo el conflicto bélico, la persona encargada de las relaciones públicas, promocionaba el interés de la organización sin cuestionarlo por lo que se sintió absolutamente incómodo al utilizar este modelo. Las acciones de los profesionales éticos no deberían tener consecuencias adversas para terceros (es decir no debería perjudicarlos de forma voluntaria). siempre que sea posible. Cuando la organización a la que sirve el profesional de relaciones públicas tiene un impacto negativo para los individuos que componen un público, el profesional ético tiene la obligación de hacer que la organización sea consciente de esas consecuencias. Por lo que los profesionales con ética deberían seguir en el puesto de trabajo y trabajar para que la organización tenga una conducta ética.

Más que nunca el mundo actual necesita más información pero comunicadores y mediadores sensatos que puedan explicar los objetivos y métodos de individuos, organizaciones y gobiernos de forma socialmente responsable. Estos expertos en comunicación y opinión pública deben ofrecer a los que les contratan el conocimiento de lo que los demás piensan, para guiarlos a la hora de definir políticas sensatas para el bien común.

Además de poner en duda la ética de los profesionales, también se puede cuestionar al Estado ya que sólo se acuerda y recurre a la comunicación en momentos de crisis o momentos de guerra.

Muchas organizaciones -que no quiere decir todas- operan sobre la base del mantenimiento: si surge un problema se resuelve y se sigue adelante pero no



debería ser así. Necesitan incorporar una nueva política, una política preventiva, que pueda hacer frente a cualquier eventualidad para crear estrategias y planes eficientes y eficaces en pos de lograr los resultados esperados. La comunicación no debería mirarse sólo para anticiparse o prevenir las crisis, sino como una herramienta que refuerza la reputación corporativa, el vínculo con los públicos internos, las relaciones con la prensa, entre otros, es decir que debe ser parte de la cultura de la organización.

En toda empresa existe una persona a cargo del área de la comunicación, pero si la misma cuenta con dichos responsables ¿por qué fallan en planificar sus comunicaciones? Esto se debe a que se acostumbró a tener una comunicación reactiva e inmediata, es decir que se preocupan de las cosas del día a día, de lo que piden los jefes, de los eventos del momento, pero poco o nada se planifica y es un factor fundamental ya que debe estar presente en todas las acciones. La planificación no es tarea fácil, aunque permite lograr coherencia entre acción y discurso, y una mayor facilidad para la identificación de problemas y oportunidades. El tener una planificación efectiva logra la comunicación preventiva, sin olvidar que su fin último es el de contribuir al logro de los objetivos organizacionales, pero también evitar situaciones de crisis.

Por eso, el manual de crisis es el punto de partida en donde se establecen los mecanismos necesarios o el plan de acción, lo que permitirá solucionar anticipadamente escenarios que pueden presentarse, y es elaborado conforme a las posibles amenazas o problemas en los que podría incurrir una organización según su naturaleza.

Como se mencionó en la introducción, esta investigación suma un granito de arena a los estudios ya realizados sobre el desempeño de la prensa en la etapa más negra de la historia argentina. De modo que estas consideraciones no cumplen otra función que poner en vigencia una discusión “olvidada” que contribuye a los estudios de los medios de comunicación. Transcurrieron 40 años de aquella guerra. Malvinas fue y es aún hoy, un tema de agenda para todo aquel que se encuentre en el poder, sobre todo porque se logró construir un símbolo de Malvinas.

Las islas Malvinas tienen una fuerte y constante presencia en la cultura y memoria colectiva. Son muy pocos los argentinos que pueden llegar a decir que la



recuperación de la soberanía sobre el archipiélago del Atlántico Sur les resulta indiferente. La mayoría de los ciudadanos sienten la amputación de esas tierras. Nacen, crecen y son educados con ese vacío. Están instaladas también en la memoria emotiva, Malvinas es dolor, es ausencia, es deuda nacional y su recuperación no es ni gloria ni victoria, sino justicia. Esto se evidencia y se justifica con el lema reproducido por el gobierno de turno actual para el aniversario de los 40 años de la guerra: “Malvinas nos une”.

En ese sentido, sería interesante abrir una línea de investigación en torno a cómo se posicionaron frente a Malvinas los diversos medios comunicación como el cine, la radio, la TV, la literatura, la música, el teatro, entre otros. También, sería interesante complementar lo explorado en este trabajo con estudios que analicen el posicionamiento de distintos componentes de la esfera pública y la sociedad civil, como por ejemplo, la iglesia, los partidos políticos, sindicatos o asociaciones civiles de distinto tipo (clubes, por ejemplo). Este tipo de investigaciones podría ayudar a determinar si el consenso en torno a la causa Malvinas, alcanzó también a todos estos otros espacios o no, para así determinar el alcance real de una cuestión que se considera “causa nacional”.

Otras líneas de investigación que podrían desprenderse del tema central de este trabajo, podrían ser un estudio de las publicidades de apoyo a la Guerra que se publicaban en los diarios (prestando atención a qué tipo de empresas y asociaciones apoyaban la guerra). Todas estas investigaciones podrían aportar una mayor comprensión, así como también complementar y profundizar el conocimiento en torno a las conductas de la prensa durante la Guerra de Malvinas. Eliseo Verón sostiene que es en la semiosis donde se construye la realidad social. Por lo que el estudio de los discursos sociales abre el camino al estudio de la construcción social de lo real.

Nací 18 años después de la guerra de Malvinas, exactamente la misma edad que tenían los soldados que lucharon por nuestra patria. Todo lo que sé sobre lo sucedido me lo contaron, me lo enseñaron, lo leí o lo escuché. Terminé la tesis, y tengo más dudas que cuando empecé. Mi certeza, después de todo este tiempo, es que las preguntas enriquecen y permiten avanzar mucho más que cualquier otro acto del lenguaje. Hoy día tenemos que ser capaces de dudar de todo,



reflexionando y evaluando lo que percibimos y/o lo que se nos comunica. *“Lo más importante en la comunicación es escuchar lo que no se dice.”* Peter Drucker.



BIBLIOGRAFÍA

Barrios, L. (2022, Marzo 5). *Comunicación en tiempos de guerra*. Efecto Cocuyo.

<https://efectococuyo.com/opinion/comunicacion-en-tiempos-de-guerra/>

Berger, P., & Luckmann, T. (1996). *La construcción social de la realidad*. Random House.

Braga, M. L. (1999). *Seis semiólogos en busca del lector*. turolero.

Bustos, M. O. (1982, Mayo 10). "Te pido que te cuides y cuides a mis adorables hijos". Clarín.

Escudero, L. (1996). *Malvinas: el gran relato* (2° edición ed.). Gedisa.

Gamarnik, C. (2018, Septiembre 29). El desembarco argentino en Malvinas visto por un soldado inglés. *Hamartia revista*.

<https://www.hamartia.com.ar/2020/04/01/gamarnik-malvinas/>

Granados, M. (presentador), (2021). *La cruda. Malvinas - Néstor Marrapodi, episodio 17* <https://open.spotify.com/episode/52FMr8YtipQTZeA2IG1TOM>

Hall, S. (2004). *Codificación y descodificación en el discurso televisivo*. CIC Cuadernos De Información Y Comunicación.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Piados Comunicación.

Lippmann, W. (1922). *La opinión pública*.

Martínez de Aguirre, E., Biselli, R., & Marengo, M. (2000). *Introducción a los lenguajes - La Fotografía*. Laborde Editor.



Mc Combs, M. E.; Cole, R. R.; Stevenson, R. L. y Shaw, D. L. (1983), *Il giornalismo di precisione*, *Problemi dell'informazione*, año VIII, n. 1, enero-marzo.

McCombs, M., & Evatt, D. (1995). *Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting*.

<https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35616/32019>

McCombs, M. (2006). *Estableciendo La Agenda: El Impacto De Los Medios En La Opinion Publica Y En El Conocimiento*. Paidós.

https://books.google.com.ar/books/about/Estableciendo_La_Agenda_Setting_The_Agen.html?id=dE2Lr9ZGJRUC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Rubio Ferreres, J. M. (2009, Marzo). *Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la 'agenda setting'*. Universidad de Granada.

https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html

Sádaba, T. (2001). *Origen, aplicación y límites de la teoría del 'encuadre' (framing) en comunicación*.

Sandoval, L. (n.d.). *Ni inocuos ni todopoderosos. Algunos datos sobre los efectos de los medios de comunicación. Nombre Falso, Papeles de Nombre Falso 2001*(Medios y cultura popular).

Sartori, G. (1997). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Taurus.

<https://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Homo-Videns.pdf>



Sigil Comunicación & Sociedad. (2005). *Estamos Ganando: Periodismo y censura en la Guerra de Malvinas Parte 1/2* [video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=lcPo4vplolw&t=370s>

Ulanovsky, C. (1987). *Entre las rotativas Una historia de grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Espasa.

Ulanovsky, C. (2005). *Entre las rotativas: una historia de grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Emecé.

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de la investigación cualitativa*. Gedisa

Editorial. <http://jbposgrado.org/icuali/investigacion%20cualitativa.pdf>

Van Dijk, T. (1992). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós Comunicación.

<http://www.discursos.org/oldbooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20La%20Noticia%20como%20Discurso.pdf>

Verón, E. (1977). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*.

Gedisa editorial.

Xifra, J. (2003). *Teorías y estructura de las relaciones públicas* (Prólogo ed.).

Mcgraw Hill.



ANEXOS

ANEXO I

FOTOGRAFÍAS:

LA SITUACIÓN DE ARGENTINA ANTES DEL CONFLICTO:

<https://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/16057/197-366-1-PB.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

LA SITUACIÓN DE INGLATERRA ANTES DEL CONFLICTO:

<https://www.abc.es/internacional/20130409/abci-margaret-thatcher-pulso-sindicatos-201304090218.html>



ANEXO II

CORPUS:

Revista Gente:

- 8 de Abril - Edición N°: 872

[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-662810549-malvinas-guerra-r-
evista-gente-nro-872-8-de-abril-1982- JM](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-662810549-malvinas-guerra-r-
evista-gente-nro-872-8-de-abril-1982- JM)

- 13 de Mayo - Edición N°: 877

[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1112163749-revista-gente-nr-
877-13-mayo-1982-las-fotos-de-la-guerra- JM](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1112163749-revista-gente-nr-
877-13-mayo-1982-las-fotos-de-la-guerra- JM)

- 27 de Mayo - Edición N°: 879

[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1128407053-revista-gente-gu-
erra-de-malvinas-n-879-27-de-mayo-1982- JM#position=1&search_lay
out=stack&type=item&tracking_id=858b604c-c2d2-4c0f-b0d4-7bc99f81
c85c](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1128407053-revista-gente-gu-
erra-de-malvinas-n-879-27-de-mayo-1982- JM#position=1&search_lay
out=stack&type=item&tracking_id=858b604c-c2d2-4c0f-b0d4-7bc99f81
c85c)

- 24 de junio - Edición N°: 883

[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-933005266-revista-gente-gue-
rra-de-malvinas-883-24-de-junio-de-1982- JM#position=1&search_lay
out=stack&type=item&tracking_id=f67bb2c7-d38b-44b6-b6bb-1869352
c7a38](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-933005266-revista-gente-gue-
rra-de-malvinas-883-24-de-junio-de-1982- JM#position=1&search_lay
out=stack&type=item&tracking_id=f67bb2c7-d38b-44b6-b6bb-1869352
c7a38)

Diario Clarín:

- 3 de Abril - Edición N°: 12.972

[https://catedracaceres.wordpress.com/2011-proyectual-nivel4-perretta-
malvinas/diario-clarin-3-de-abril-de-1982/](https://catedracaceres.wordpress.com/2011-proyectual-nivel4-perretta-
malvinas/diario-clarin-3-de-abril-de-1982/)

- 13 de Abril - Edición N°: 12.982

http://www.diarios-argentinos.com/portadas_retro.php?id_tapa=11479



- 2 de Mayo - Edición N°: 13.001

https://www.taringa.net/+militares_en_t/1-5-1982-inicio-de-los-combates-y-bautismo-de-fuego-faa_14f3gs

- 5 de Mayo - Edición N°: 13.004

http://www.diarios-argentinos.com/portadas_retro.php?id_tapa=11457

- 6 de Junio - Edición N°: 13.036

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-603894797-guerra-islas-malvinas-clip-clarin-6682-puerto-argentino-_JM#position=20&search_layout=stack&type=item&tracking_id=a6ffc1cf-3fef-4378-a26b-a8db0169cb7e

Diario The Sun:

- 3 de abril

https://pop-culture-scrapbook.fandom.com/wiki/03_April_1982

- 5 de abril

http://www.royalnavalmuseum.org/visit_temp_falklandsaprilhead.html

- 4 de mayo

[https://ar.pinterest.com/pin/568720259176545399/?amp_client_id=CLIENT_ID\(\)&mweb_unauth_id={{default.session}}&simplified=true](https://ar.pinterest.com/pin/568720259176545399/?amp_client_id=CLIENT_ID()&mweb_unauth_id={{default.session}}&simplified=true)

Diario Daily Mirror:

- 7 de mayo

<https://www.facebook.com/dailymirror/photos/daily-mirror-front-page-friday-may-7-1982-two-royal-navy-sea-harrier-jump-jets-w/10150891727054162/>

- 11 de mayo



<https://picclick.co.uk/Daily-Mirror-Newspaper-11-May-1982-Falklands-254995903901.html>

- 29 de mayo

<https://twitter.com/firstfalklands/status/1266296922190475265>