

La construcción de la noticia sobre temas de salud en el periodismo escrito: Caso Gripe A H1N1 en el período 2009 en Argentina

The construction of the news about health issues in print journalism: Influenza A H1N1 case in the period 2009 to Argentina.

Autor: Ignacio L. Flury

Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

E-mail: nachoflury@yahoo.com.ar

RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación tiene por objeto comprender tratamiento informativo en los medios de comunicación Página 12 y La Voz del Interior sobre un acontecimiento relevante como lo fue la gripe A en el 2009 en Argentina. El análisis buscará identificar y comparar los procesos de selección de acontecimientos que hace cada medio en la edición de noticias e inferir su posible interpretación en los lectores con el objeto de brindar un análisis de contenido cualitativo sobre el tratamiento noticioso de la gripe A bajo un enfoque de tipo de estudio exploratorio.

ABSTRACT

The following research is aimed at understanding news coverage in the media Page 12 and La Voz del Interior of a relevant event as was the flu in 2009 in Argentina. The analysis will seek to identify and compare the processes of selection of events that makes each media in publishing news and infer their possible interpretation on readers in order to provide a qualitative analysis on the news treatment of influenza A with a focus type of exploratory study.

Palabras claves: selección y construcción de noticias, discursos periodísticos, contrato de lectura, análisis de contenido cualitativo.

Keywords: selection and construction news, journalistic discourses, reading contract, qualitative content analysis.

I - INTRODUCCIÓN

En el campo de los medios de comunicación masiva existe una amplia variedad de temas que son abarcados para el análisis de construcción de noticias que forman parte la agenda mediática y que resultan de interés para opinión pública. Son múltiples los mensajes que las audiencias reciben por parte de los medios de comunicación; formadores de conductas, creencias y saberes.

Entre los diversos temas que construyen los medios, podemos identificar acontecimientos referidos a temas sanitarios. Nuestra investigación se enfoca particularmente en el tratamiento noticioso de la Gripe A Influenza H1N1 en Argentina en el período 2009 a través del análisis descriptivo de noticias en la prensa escrita de Página 12 y La Voz del Interior.

Observamos que los discursos de la prensa escrita se emplean diferentes recursos: desde las fuentes de opinión, las estrategias y criterios periodísticos hasta los estilos de redacción, el modo de referir el acontecimiento o la línea editorial del medio. Como sugiere Stella Martini (2000), la comunicación masiva no es un proceso directamente lineal sino que reconoce al público como actor en la producción de significados. El sentido se construye a partir de la interacción entre la sociedad, la política, la cultura y los medios de comunicación. En este marco, en la noticia se estudian las formas en que se naturaliza y legitima un discurso ante la opinión pública bajo criterios de selección de noticias, los posibles sentidos de lectura construidos y su conexión con una serie de representaciones sociales que circulan en la sociedad.

De acuerdo a lo propuesto en nuestra investigación, como objetivo principal se buscará definir las variables que permitan comprender los procesos de construcción de noticias en los medios de comunicación escritos. Para ello es necesario identificar qué aspectos de un acontecimiento son considerados noticia, cuáles son las estrategias discursivas implementadas por los periodistas en la redacción de textos y qué tipo de relación

comunicativa se entablan con los lectores. Finalmente, conocer las herramientas que otorgan a las noticias un carácter informativo, atractivo y creíble. Por ejemplo, el empleo de titulares, declaraciones de fuentes legítimas, el uso de palabras clave, la posición del periodista ya sea comentando o refiriendo un tema social, la presentación de imágenes, estadísticas, recuadros, entre otros.

Por lo dicho hasta aquí, la pregunta que guiará nuestro trabajo de investigación será: ¿Cómo los medios de comunicación de gráfica Página 12 y La Voz del Interior (versión digital) construyeron la noticia sobre el caso Gripe A H1N1 en el año 2009 en Argentina?

II - ASPECTOS METODOLÓGICOS

El tipo de investigación que utilizamos para nuestro análisis es exploratorio ya que tiene por objeto familiarizarnos con el problema de estudio y poder seleccionar, adecuar o perfeccionar los recursos y los procedimientos disponibles para una investigación posterior. El marco exploratorio y cualitativo nos permite identificar las dimensiones y las categorías de análisis. La técnica que utilizamos es el análisis de contenido cualitativo en un corpus de publicaciones realizadas por la prensa gráfica, teniendo como referencia los objetivos de la investigación.

Tomamos como unidades de análisis los textos, principalmente titulares, noticias breves, crónicas, artículos de opinión y otras secciones que fueron publicados en los meses de abril - agosto del año 2009 editados en versión digital por los medios de comunicación La Voz del Interior y Página 12 referidos a temas de salud sobre la enfermedad influenza H1N1.

III - ANÁLISIS DE DATOS

Presentaremos a continuación, a modo de ejemplo, el análisis de algunas piezas que son parte del recorte del corpus de nuestra investigación de las cuales se seleccionan aquellas que representen las categorías de análisis más relevantes.

III.1 - GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Los medios seleccionan las noticias o acontecimientos que conforman la agenda, las cuales se jerarquizan los temas de actualidad y se relatan en diferentes secciones (noticias, crónicas, columnas de opinión, deportes, etc.) a través de técnicas y estructuras organizativas (textos, títulos, recuadros, imágenes) donde los diarios representan distintos géneros del periodismo tradicional. Si bien cada medio establece una relación particular con el lector (Verón, 1985); los periódicos y sus modos de narrar la realidad proponen una vasta diversidad de géneros con el objetivo de abarcar la mayor cantidad de lectores a los cuales se rigen bajo criterios de verdad, novedad y objetividad periodística. En nuestro análisis, agrupamos los géneros periodísticos en informativos y/o argumentativos con el objeto de poder brindar una distinción entre ellos. Como ejemplo analizaremos el siguiente texto de Página 12:

"Anuncio la descentralización de los análisis" (Volanta)

"Manzur informó al senado acerca de la evolución de la gripe A en el país" (Título)

El ministro de Salud, Juan Manzur, anunció la descentralización de los laboratorios que realizan las pruebas vinculadas con la gripe A, y confirmó que se registraron tres nuevas muertes, dos en la ciudad de Buenos Aires y una en Santa Fe. (Copete)

(Página 12, Noticias, 8 de julio de 2009)

El artículo citado hace referencia al parte-diario presentado por el Ministro de Salud en el senado de la nación donde se difunden los datos actuales sobre el avance de la gripe en el país y la descentralización de los laboratorios para el estudio de casos. Podemos observar cómo se presenta una noticia con un carácter puramente informativo en la manera de relatar los hechos y declaraciones de los actantes principales del acontecimiento referido (Charaudeau, 2003). Se realiza una reconstrucción del acontecimiento de manera cronológica. En este caso, son declaraciones de fuentes gubernamentales autorizadas a brindar información oficial acerca del avance de la enfermedad desde el senado de la Nación. El texto adopta un género de crónica narrativa utilizando un lenguaje formal respecto al tratamiento informativo sobre la Gripe A. En este sentido, los periodistas y las fuentes autorizadas funcionan como filtro de toda la información que se le comunica al público lector relatando lo acontecido. Por lo

tanto, el artículo de Página 12 propone un *efecto de saber* (Charaudeau, 2003). El periodista transmite conocimiento de interés para el lector por su carácter de novedad; se abstiene solamente a describir la realidad del acontecimiento sin el agregado de calificativos o comentarios valorativos, es decir no hay intervención del periodista en el relato de los acontecimientos. Agrupamos el siguiente grupo de palabras que hacen referencia al análisis mencionado: “la situación de la enfermedad en el país”, “presencia de la nueva gripe”, “resultados de laboratorios”, “casos confirmados”, “personas muertas”, “diagnosticados”, “pacientes”, “gobierno nacional”, “medidas contra la gripe A”, “asunto administrativo”.

Por otro lado, podemos encontrar textos argumentativos (columnas de opinión) en las secciones de los periódicos. Aquí el periodista plantea una problemática y toma una posición de cercanía en la manera de relatar los hechos, adjetivando a favor o en contra respecto de un tema social sugiriendo una opinión en los lectores. El concepto de acontecimiento comentado propuesto por Charaudeau (2003) se observa cuando el periodista se permite evaluar, problematizar y dilucidar el acontecimiento a partir de la ideología o la línea editorial del medio. Por lo tanto, los textos de género argumentativo reflejan la subjetividad (una intención) en los discursos por parte del periodista y el medio sobre el relato del acontecimiento. Tomaremos como ejemplo el siguiente artículo publicado en Página 12:

"Las razones de la peste"(Título)"

A la epidemia de dengue la sucede, más amenazante aún, la pandemia de influenza que viene de México...

... Pero entonces también habría que decir que el ahora famoso mosquito existe entre nosotros desde hace décadas y retorna porque no hubo prevención, como no la hubo frente a muchas otras enfermedades que han retornado...

(...) Es urgente terminar de una vez con las causas profundas de estas enfermedades que son típicas de la pobreza y la miseria, reorganizando la prevención sostenida y permanente como política de Estado que atienda los múltiples aspectos sanitarios, educativos y sociales, pero sobre todo iniciando la urgente obra de acabar con la pobreza infame que ofende a la Argentina moderna..." (Texto)

(Página 12, 30 de abril de 2009)

Aquí el autor del artículo de opinión razona por analogía (dilucida), es decir, hace mención a las enfermedades pasadas que han atemorizado a la población mundial como la gripe aviar, el dengue o la peste comparándolo con la gripe H1N1. Se hace una puesta en perspectiva de una cadena de hechos idénticos que reafirman la legitimidad del relato. Además, el autor problematiza temas sociales, es decir, formula argumentos a favor o en contra sobre un hecho de actualidad. El autor plantea a la gripe A como un tema actual que hay debatir y realiza una fuerte crítica hacia el gobierno nacional como manera de controlar a la sociedad con el “miedo” y, así, poder descartar otros temas de la agenda sumando la situación de pobreza de la sociedad que son las víctimas desprotegidas frente al avance de la enfermedad. Por último, observamos cómo el periodista evalúa el acontecimiento, es decir, toma un punto de vista personal expresando su opinión tomando una posición en el planteamiento de las ideas brindando apreciaciones subjetivas del acontecimiento. En este sentido, el periodista establece una relación de cercanía o connivencia respecto al lector incluyéndolo en temas sociales utilizando un lenguaje informal y enunciativo en tercera persona plural (nosotros-inclusivo) incorporando juicios de valor en la manera de construir el discurso. Como ejemplo agrupamos las siguientes frases que hacen referencia al género argumentativo: “Las pestes, se dice, llegan para quedarse”, “No hace falta ser sanitarista para darse cuenta”, “no habrá solución definitiva”, “la falta de prevención les cupo a todos los gobiernos”, “prevención sostenida y permanente como política de Estado”, “Se trata de terminar con la mentira de que no son enfermedades de la pobreza”, “Pero para eso hace falta grandeza. Y vaya que escasea”.

III. 2 - CRITERIOS DE SELECCIÓN DE NOTICIAS

Los valores de selección de noticias son una serie de criterios que se emplean para determinar qué hechos de la realidad son utilizados para construir noticias y que otros hechos terminan siendo descartados (Martini, 2000). Los valores noticiosos son variados, no obstante, nos apropiaremos de los siguientes que son pertinentes para nuestro análisis.

Magnitud: La cantidad de personas perjudicadas conecta la potencial implicación del público al que la noticia va dirigida. Un hecho es más noticia si afecta a muchas personas (Martini, 2000). Analizaremos a continuación, noticias de Página 12 y La Voz del Interior que fueron

publicadas en distintas fechas. No obstante, la selección noticiable se enfoca en la magnitud de afectados a nivel nacional donde la exactitud de la cantidad de implicados influye en la percepción del lector generando la credibilidad y la proximidad del hecho.

"Ya son 163 los casos de enfermos de Gripe
A en el país."(Título)

"La ministra de Salud, Graciela Ocaña, afirmó esta noche, que hoy se agregaron 16 nuevos casos de gripe A. En la habitual conferencia de prensa, en la cual se brinda el parte diario sobre la evolución de la enfermedad, se recordó que la fiebre y la tos, en ese orden, son los síntomas que más se repiten en los casos confirmados y analizados hasta ahora, y que los hogares familiares son los ámbitos donde se detectan los niveles más bajos de contagio." (Texto)

(Página 12, Noticias, 4 de julio de 2009)

Página 12 elabora una noticia breve que describe fundamentalmente el hecho: se hace referencia al parte diario brindado por la ex ministra de salud donde se difunde el número de casos posibles de infección en el país. Si bien la publicación de casos se realizó de manera sucesiva, el aumento en la magnitud en las personas implicadas frente a la dificultad de diagnosticar una enfermedad similar a una gripe estacional y sus posibles lugares de contagio son causa de interés para público de informarse con datos actuales y exactos. ¿Es realmente una cifra grande?, ¿De dónde proviene?, ¿son datos actuales?, son preguntas que el periodista busca responder bajo este criterio.

"Argentina, el segundo país con más muertos
por gripe" (Título)

"El Ministerio de Salud informó que las víctimas ascendieron a 137 por la influenza. El país superó a México, que tiene 124 fallecidos y está segundo por debajo de Estados Unidos, con 211 decesos." (Copete) (La Voz del Interior, Especial Gripe A, 14 de julio de 2009)

La cita hace referencia a la cantidad de muertos (no de casos) afectados por la gripe según datos brindados por el Ministerio de Salud. La información responde a los criterios de

selección de noticia ya que es una cifra que posiciona a la Argentina como el segundo país con más víctimas lo cual rápidamente llama la atención del lector generando una posible sensación de miedo o inseguridad respecto a la propagación de la enfermedad.

Proximidad: El criterio de proximidad geográfica es relativo al efecto sobre lo local, es decir, cuanto más cerca del público ocurre el hecho, más noticiable es para el medio (Martini, 2000). Así, por ejemplo el hecho de informar las primeras víctimas en América ya sea en Chile, Colombia o Canadá, genera menos incidencia “noticiable” que si estuviéramos refiriéndonos a la provincia de Córdoba lo cual llama directamente la atención al público local. Un ejemplo puede observarse en la Voz del Interior:

"Confirmaron el primer caso de gripe A en Córdoba"(Título)

"Se trata de un paciente que volvió de Estados Unidos a principios de junio. “Ya se recibió el alta y se encuentra en perfecto estado de salud”, confirmó Gabriel Pedetta, funcionario del Ministerio de Salud." (Copete)

“...El funcionario se negó rotundamente a difundir la identidad del paciente y señaló que ya fue dado de alta y se encuentra en "perfecto estado" de salud...” (Texto)

(Voz del Interior, Sociedad, 12 de junio de 2009)

La cita hace referencia a la selección que hace el periodista sobre el primer registro de gripe A en la ciudad de Córdoba, lo cual cobra relevancia noticiable. La estrategia es utilizada en la redacción del título, sin embargo, aclara que la persona afectada procedía de Estados Unidos y que se encontraba en buen estado.

Como podemos observar, un hecho de gran magnitud como es la expansión del virus H1N1 a nivel mundial responde a diversos criterios de noticias. No obstante, la evolución futura marca el significado que adquiere el acontecimiento respecto a las expectativas en la sociedad, ya sea que se trate de algún conflicto o tema social que tenga un desarrollo secuencial cuyas derivaciones son difíciles de prever. Una noticia es más noticia si se puede seguir construyendo información a partir de ella durante varios días (Martini, 2000). Por lo tanto, la evolución futura del acontecimiento se define por otras variables que permiten ir construir discursos diariamente, como por ejemplo la novedad del suceso o magnitud de las personas involucradas o proximidad del hecho.

III.3 - USO DE TÍTULOS

El empleo de títulos brinda una aproximación del contenido de la noticia y facilita la percepción de la información e induce a la lectura del texto. El título forma parte de la redacción periodística. Por lo tanto, en la construcción de noticias, el título no es necesariamente neutral a la información sino que puede sugerir al lector una línea de persuasión determinada (Clauso, 2007). Entonces el uso “expresivo” de los títulos se encuentra ligado al contenido, a la forma en que se plantea la idea y al efecto propuesto por el periodista. En este marco, podemos examinar que tanto Página 12 como La Voz del Interior emplean diversas estrategias de titulación según el tipo de acontecimiento noticioso y el grado de libertad que tenga el periodista sobre la redacción del texto.

Títulos “Activos”: reflejan la acción en una información determinada (Clauso, 2007).

"Calderón entregó a la OMS la cepa del virus
A H1N1 para que desarrolle una vacuna."

(Página 12, Noticias, 16 de mayo de 2009)

"Suspenden al jugador mejicano que escupió a
otro en la Libertadores" (La Voz del Interior,
Deportes, 4 de mayo de 2009)

Ambos títulos representan el aspecto informativo del acontecimiento, es decir, se enfocan en la reconstrucción de las acciones y en las declaraciones relevantes través de la narración de los hechos. Por lo tanto, los títulos brindan información objetiva acerca del contenido de la noticia.

Títulos Enunciativos: de los títulos generalmente se emplean en textos de género argumentativo como análisis, evaluación y los artículos de opinión donde su función es aportar indicios sobre el contenido textual (Clauso, 2007).

OMS advierte sobre posible segunda ola de contagios" (La Voz del
Interior, Especial Gripe A, 17 julio de 2009)

“Medidas de Profilaxis” (Página 12, País, 29 de abril de 2009)

En Página 12 podemos examinar el empleo de títulos a través de frases breves requiriendo cierta interpretación por parte del lector. Este estilo de titulación es un recurso utilizado con frecuencia por este medio, ya que aporta un tono de humor e ironía en los textos, especialmente en los títulos de portada. Apela a frases ingeniosas, refranes o aforismos que

extraen al lector de la monotonía informativa. Mientras que el título de La Voz del Interior se enfoca en los hechos de los cuales se explican en el desarrollo del texto brindando fundamentos “sobre posible la segunda ola de contagios”.

Títulos Interrogativos: debido a que plantean un interrogante que promete ser respondido en el texto (Clauso, 2007). Podemos citar los siguientes títulos:

“Los fantasmas de la Gripe” (Título)

“Qué actividades se pueden hacer y cuáles no”

(Copete)

(Página 12, Portada, 5 de julio de 2009)

"Cómo proteger a los chicos de la gripe porcina" (La Voz del Interior, Sociedad, 29 de abril de 2009)

En la citas podemos observar cómo ambos títulos buscan responder una pregunta generada en el periodista y que es de interés para los lectores utilizando diferentes estrategias de enunciación en un determinado contexto. Página 12 apela a frases breves en el encabezado de la portada requiriendo cierta interpretación del lector sobre el contenido del texto enfocado en la información oficial de prevención. En cambio La Voz del Interior describe los síntomas y brinda consejos sobre las medidas que debe implementar el lector frente a la probabilidad de contagio del virus en los niños junto con el arribo de las vacaciones de invierno.

Títulos Imperativos: prometen resolver una posible inquietud en los lectores (Clauso, 2007). Su función es similar a los titulares interrogativos a diferencia que estos incluyen un tono de orden o mandato en la redacción del texto. Veamos los siguientes ejemplos:

“Hay que pasar el invierno” (Página 12, Portada, 1 de julio de 2009).

"Afirman que Tamiflu no es eficaz en niños" (La Voz del Interior, Sociedad, 10 agosto de 2009)

Como podemos observar, los títulos expresan el tema en forma breve requiriendo destacar una idea dominante relativa a la respuesta buscada por el lector a través de enunciados imperativos.

III.4 - SOBRE EL CONTRATO MEDIÁTICO

El proceso comunicativo entre la prensa escrita y sus lectores es conocida como instancia mediática que comienza desde la transformación de datos duros (un mundo por comentar) a discursos textuales e icono-gráficos (un mundo comentado) que dan forma a un estilo particular de interpretar la realidad en cada medio de comunicación para luego llegar a los lectores en forma de artículo periodístico. Esta forma de interpretar la realidad en los medios y sus “productos” discursivos es lo que se conoce como Contrato Mediático (Charaudeau, 2003), el cual se rige por condicionamientos situacionales y discursivos en el relato de acontecimientos. Podemos examinar, entonces, cómo se adaptan estos condicionamientos a los artículos periodísticos relatados bajo criterios noticiables. A continuación procederemos a describir cada uno de los elementos:

Los *condicionamientos situacionales* comprenden los datos externos del contrato (Charaudeau, 2003) los cuales se distribuyen en: a) La condición de “finalidad”. Esta se define por la búsqueda de sentido en la que se basa el intercambio comunicacional. Son los propósitos que condicionan la influencia y la intencionalidad. b) El propósito factitivo. Este consiste en “hacer hacer”, es decir, llevar al otro a actuar de determinada manera (“Dicen que Tamiflu no es eficaz en niños”, La Voz del Interior, 10 de agosto de 2009). c) El propósito informativo, que consiste en “hacer saber” en los lectores (“Cómo proteger a los chicos de la gripe porcina”, La Voz del Interior, 29 de abril de 2009). d) El propósito persuasivo: “hacer creer”, es decir, llevar al otro a pensar que lo que se dice es verdad (“Las razones de la peste”, Página 12, 30 de abril de 2009). e) El propósito de seducir, que consiste en “hacer sentir” provocando en el lector un estado emocional (“El virus del miedo”, Página12, 1 de julio de 2009). f) La condición de “identidad” según la cual todo acto comunicativo depende de los sujetos que participan en él, es decir, ¿quién se dirige a quién? Página 12 y La Voz del Interior incorporan tanto redacciones de periodistas y editoriales como el uso de fuentes directas e indirectas en el cual dirigen su información a los lectores. g) La condición “temática”. Esta es el discurso dominante del intercambio comunicativo. El macro-tema sería la gripe A como construcción noticiosa y los subtemas serían por ejemplo la cantidad de casos registrados, el desarrollo de una vacuna, la suspensión y el retorno de actividades, la opinión de especialistas, entre otros. Por último, h) la condición de “dispositivo” que constituyen las circunstancias topológicas y materiales en las que se desarrolla el intercambio comunicativo. Podemos mencionar las conferencias de prensa en el senado de la nación o la situación vivida en las calles y los hospitales a través de imágenes.

Los *condicionamientos discursivos* corresponden a los datos internos del contrato (Charaudeau, 2003). Estos datos se distribuyen en tres comportamientos lingüísticos. El espacio de “locución”, que consiste en justificar el por qué el sujeto hablante toma la palabra e identifica a los interlocutores a los que se dirige (Manzur informó al senado acerca de la evolución de la gripe A en el país, Página 12, 8 de julio de 2009). El espacio de “relación” es aquel en que el sujeto hablante al construir un espacio de comunicación con su interlocutor, establece relaciones de fuerza o de alianza, de exclusión o inclusión, de agresión o connivencia con él (“Las razones de la peste”, Página 12, 30 de abril de 2009). Y el espacio de “tematización” del dispositivo escrito, que brinda las instrucciones contenidas en los condicionamientos situacionales o introducidas por los participantes del intercambio comunicacional. El sujeto hablante (periodista) toma una posición respecto al tema impuesto por el contrato (aceptarlo, rechazarlo, proponer otro) eligiendo el “modo de intervención” (dirigirlo, retomarlo) y por otro lado establecer un “modo de organizar el discurso” (describirlo, narrarlo o argumentarlo). Ejemplo: "El virus del miedo", Página 12, 1 de julio de 2009.

Por lo que hemos descrito hasta aquí, el contrato y la instancia mediática establecen diversas relaciones con sus interlocutores a través de la construcción de discursos. Más allá de que los medios representen una realidad fáctica de lo que acontece en la sociedad (discursos de género informativo), proponen un “efecto de verdad” (Charaudeau, 2003); que consiste en hacer creer que lo que se dice es cierto, es decir, se apoya en la convicción del sujeto hablante que establece saberes de opinión (discursos de género argumentativo) y que sólo pueden captarse empíricamente a través de los juicios de valor propuesto por el periodista. Si los medios refirieran sólo los acontecimientos que seleccionan de la realidad con los comentarios correspondientes, cumplirían una parte de los roles que les atribuye la finalidad de información, según el cual obtienen una verdad promedio de opinión sobre los hechos. No hay que olvidar, entonces, la capacidad que tienen los medios para generar opinión pública e imponer efectos de verdad (según una cultura y un imaginario social) para establecer saberes, creencias y conductas. La narrativa y la dramatización son recursos utilizados en la prensa escrita. Asimismo, el acceso de la prensa a fuentes directas e indirectas permite crear mayor fidelidad en el lector y, por lo tanto, mayor credibilidad en el relato de contenidos. Además, otro punto a mencionar son los elementos para-textuales que refuerzan la construcción de sentido en los medios escritos. El empleo de elementos gráficos como tipografías, recuadros e imágenes da un óptimo manejo de la información en el espacio contextual del diario. Se busca que en una aproximación veloz a la página para que el lector incorpore el contenido esencial de la información.

En comparación, si imaginamos una línea cronológica de los temas tratados en ambos medios (Página 12 y La Voz del Interior) en el período invierno del 2009, probablemente veremos que ambos periódicos coinciden en cuanto a la calidad informativa y las fuentes directas e indirectas disponibles en ese momento, es decir, los datos brutos en el trascurso de los acontecimientos. No obstante, ambos ofrecen distintas miradas en el tratamiento de la realidad social a través de la construcción de noticias. Tanto Página 12 como La Voz del Interior construyen discursos que modulan efectos de verdad diferentes. Página 12 es un medio de comunicación que busca enunciar acontecimientos de una manera alternativa al periodismo tradicional usando relatos con tonos de humor e ironía dando espacios al análisis y a la crítica sobre los temas de la sociedad y en la vida política. Mientras que La Voz del Interior es el mayor medio de cobertura del centro del país lo cual establece en sus relatos distintos saberes (crónicas narrativas y artículos de opinión) con carácter objetivo, utilizando un lenguaje legible y formal.

IV - CONCLUSIONES

Al plantearnos la pregunta de investigación ¿Cómo los medios escritos construyen noticias sobre la gripe A como un tema socialmente relevante? se buscó comprender hacia dónde está dirigido el sentido de lo que se dice y saber cuál es la posible interpretación (de los lectores) que brinda un discurso mediático en un momento determinado.

El caso de gripe A H1N1 en el período 2009 en Argentina se presenta como un tema socialmente relevante que ha causado gran conmoción en la opinión pública. Como hemos analizado, Página 12 y La Voz del Interior son sujetos del acto comunicativo lo cual construyen mensajes que suelen ser diferentes a los finalmente interpretados por los destinatarios o lectores. Ambos medios son inductores de establecer una conducta, un saber, una opinión y una forma de hacernos sentir la realidad social. Por lo tanto, aportan diferentes visiones sobre lo que acontece en la realidad, seleccionando noticias o temas relevantes de la sociedad con el objeto de poder abarcar la mayor cantidad de lectores. No obstante, los medios escritos desempeñan el efecto de verdad (Charaudeau, 2003), es decir, establecen la creencia de lo que “se dice” es considerado como una realidad fáctica para el destinatario ya sea describiendo, narrando o argumentando los hechos y temas sociales. Asimismo, la prensa y sus editoriales cuentan con el respaldo de ciertos elementos escritos (modales) y técnicos (tipografía, imágenes, recuadros) en el empleo de diversos modos construcción de contenidos. Lo podemos observar en las portadas y en las secciones de los diarios a través

de los géneros periodísticos que conjugan la información disponible de las fuentes con los temas sociales que circulan en una cultura determinada y los modos discursivos empleados por el periodista. De esta manera, podemos citar cómo la prensa construye “efectos de verdad” (relacionando temas con una idea general) a través diferentes discursos, por ejemplo, en las medidas político-sanitarias; el avance de la gripe a nivel mundial; el desarrollo e implementación de una vacuna; los argumentos de periodistas, científicos y líderes de opinión sobre el tema; el registro de casos que situaba a la Argentina segunda a nivel mundial; la evolución de la enfermedad; el retorno a las clases y finalmente lo que deja la gripe.

Identificamos que debajo de la construcción de noticias hay siempre una finalidad, una intención, una ideología, un modo discursivo y un estilo de relatar acontecimientos. Asimismo, en la redacción de los medios intervienen diversos factores como la oferta/demanda del producto y la búsqueda de objetividad periodística (la moral en los contenidos de los relatos). El entretenimiento se complementa con lo novedoso, lo relevante y lo creíble, dejando en segundo plano lo que es el saber o la información pertinente en casos de emergencias sanitarias. En estos casos, la información que se le brinda al público lector debe ser lo más clara y objetiva posible informando adecuadamente a los grupos de riesgo. Sin embargo, esto no significa que los periodistas dejen la subjetividad a un lado y se abstengan a comunicar solamente los datos fríos. En el año 2009 la gripe dejó un saldo de alrededor de 600 muertos llegando a finales de agosto, donde la cobertura temática iba perdiendo peso en la agenda de los medios. Actualmente, se continúa con la prevención sanitaria, el desarrollo de una vacuna y el estudio de casos aún son llamativos. No obstante, la gripe porcina no figura en la tapa de los diarios.

Finalmente; ¿Las noticias de la prensa escrita son un fiel reflejo de la realidad o son producto de interpretaciones de sujetos formadores de opinión pública?

Como pudimos observar, los medios escritos como Página 12 y La Voz del Interior ofrecen diferentes formas de interpretar y dar tratamiento a la realidad social a través de la construcción de noticias que se expresan en el contrato de mediático establecido con los interlocutores bajo condicionamientos situacionales y los modos discursivos empleados en los relatos de la instancia mediática.

BIBLIOGRAFÍA

Charaudeau, P. (2003). *El Discurso de la Información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.

-Clausó, R. (2007). *Como se construyen las noticias*. Buenos Aires: La Crujía.

-Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.

- Piñuel Raigada, J. L. (2002) *Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

-Verón E. (1985). *El análisis del Contrato de Lectura*, París: IREP

-Vieytes, R. (2004). *Meteorología de la Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad*. Buenos Aires: de la Ciencias