

TRAÉ ALFAJORES

EPISODIO 82: Congreso de la Nación

Hola, ¿qué tal? ¿Cómo están? Buen día, buenas tardes, buenas noches, mi nombre es Matías, y esto es “Traé alfajores”, el podcast de ventureoutspanish.com, un podcast sobre español rioplatense y con español rioplatense.

Mi idea acá es aportar a los estudiantes que tengan un interés particular en este dialecto del español, y ofrecerles una referencia auténtica de cómo hablamos, y cómo usamos el español en esta región de Argentina.

Episodio 82 de Traé Alfajores. En este episodio vamos a estar hablando de los diarios más importantes de Argentina: cuánta gente los lee, cuál es su posicionamiento y por qué tal vez los medios en Argentina son diferentes a los de otros países.

Aclaro desde el principio que “diario” es el argentinismo para “periódico”. Nadie en Argentina te va a preguntar “¿Qué periódico les?”, sino “¿Qué diario lees?”

Hoy, antes de empezar, quería compartirles que el podcast llegó a las 20k reproducciones hace poco. Gracias a cada uno y cada una de ustedes por acompañar a “Traé Alfajores”.

Si son oyentes habituales, les pido un favor: califiquen el podcast en la plataforma donde lo escuchan habitualmente. Lo hacen en diez segundos desde su teléfono, en el menú de los tres puntitos verticales.

De verdad, muchas gracias por escuchar “Traé Alfajores”

Bien, ahora sí, empezamos.

El primer tema que quiero plantear es que en Argentina no es tan fácil como en otros países encasillar a los diarios con etiquetas tipo “este es de derecha”, “este es de izquierda” o “este es de centro”.

Claro, que se puede hacer el ejercicio, mirando la historia de cada uno de esos diarios, quiénes son sus dueños, quiénes escriben en esos diarios... pero la línea editorial no siempre es tan clara ni se mantiene igual con el paso del tiempo y los gobiernos.

Creo que en este momento del mundo, no cuesta demasiado ver que los medios (no importa cuál) suelen ser oportunistas. Su negocio no depende tanto de vender ejemplares o suscripciones, sino de vender espacios publicitarios. Por eso, la pelea con el poder no siempre es ideológica, sino también económica.

En el caso de Milei, el gobierno actual, el recorte de gastos públicos que hubo desde que empezó la gestión también tuvo un impacto en la pauta oficial. La pauta oficial es lo que pagan los gobiernos para sus campañas de información en los medios, y de esta manera les quitó a los medios una buena porción de ingresos que tal vez acentuaron la antipatía que tendrían o que creó a partir de eso.

Creo que eso explica, en parte, el uso que él y varios de sus funcionarios hacen de sus cuentas en X. X para este gobierno es la plataforma informativa principal, y no siempre esas noticias llegan a los diarios.

Por eso, más que hablar de medios “oficialistas” y “opositores”, como suele pasar en otros países, en Argentina la relación de los diarios con el poder es oscilante y depende del momento político y de quién esté en el gobierno.

En este momento, los medios que apoyan y hablan bien de las medidas del gobierno de Milei existen, sobre todo en internet, pero no tienen un peso específico dentro del panorama general.

Ese vacío también se nota en que Milei prefiere enfocarse en la prensa internacional. Da entrevistas a medios internacionales y casi no tiene contacto con la prensa local. Claro, también lo hace por cuestiones estratégicas: su imagen global es polarizante en otros países del mundo, también.

Y ojo, porque Cristina, por ejemplo, también lo hizo. Cristina Fernández, la ex presidenta.

Me parece que hay algo muy argentino en eso de querer verse validado en el exterior. Esa búsqueda de reconocimiento internacional refleja, de forma bastante profunda, la forma en que Argentina se piensa a sí misma frente al mundo.

También hay que decir que, igual que en muchos países del mundo, la edición impresa de estos diarios ya no vende lo que vendía antes. Pero haber existido como diarios impresos les da cierto nombre, cierta jerarquía a los que se consideran más importantes.

En mi mapa de medios, los cuatro diarios más importantes de Argentina son: **Infobae**, que nunca existió en papel;

Clarín;

La Nación;

y **Página/12**.

Obviamente hay muchos más que cuatro, pero estos son los que marcan la agenda. Los temas que deciden tratar son los que se imponen como temas del día.

Y como sabemos, el manejo de la información es un activo muy poderoso, por eso conocer quiénes están detrás de los diarios nos puede dar una idea de cuáles son sus intereses.

Infobae, como les dije recién, es el más joven: apareció en 2002 como medio digital, y está posicionado en los números como el portal de noticias más leído de Argentina. Su dueño es un periodista y empresario bastante controvertido que empezó en la televisión y fue dueño de una de las radios más escuchadas de Argentina.

Clarín nació en 1945, en el comienzo del peronismo, y creció hasta convertirse en el diario de mayor circulación en el país. Cuando se habla de Clarín, se suele hablar del Grupo Clarín, porque es en realidad un conglomerado de medios muy, muy grande, que se intentó desarticular sin éxito varias veces.

La Nación es el más antiguo: apareció en 1870, fue fundado por Bartolomé Mitre, el primer presidente de la Argentina unificada después de décadas de conflictos entre unitarios y federales. Hoy se ve a La Nación como el diario de los ricos. Es un diario conservador a priori, pero no se nota tanto.

Página/12 surgió en 1987, con un perfil más progresista y actualmente tiene una identificación total con el kirchnerismo, y por lo tanto, es el diario más duro con gobierno. Son los que destacan todos los errores, todos los tropiezos de este gobierno.

Estos cuatro diarios tienen sus oficinas en Buenos Aires, y esto refuerza una dinámica centralista: los problemas de la ciudad se presentan como problemas de todo el país.

Por ejemplo, si hay protestas en la capital o demoras en los accesos a la capital, los medios lo cubren como noticia nacional, mientras que situaciones importantes en otras provincias no reciban visibilidad.

Por otro lado, muchos diarios del interior son subsidiarias de grupos mediáticos más grandes, al mejor estilo *matrioshkas*. Entonces, parecen ser una versión una independiente, pero vienen de una misma matriz.

También hay otros portales de noticias que reciben bastante tráfico, como **TN, El Destape** y **Chequeado**.

Chequeado es nuestra versión local del movimiento de *fact checking*, que en vez de dar noticias se dedica a verificar si lo que se dice en los medios es verdadero, falso o engañoso.

Después, algo que viene por lo menos desde la pandemia y que no se salva ninguno de estos diarios es el sensacionalismo.

Hace poco hablaba de esto con un alumno que vive en Buenos Aires y decíamos que hay un morbo que no es fácil de entender y no es fácil de aceptar.

Por ejemplo, en las versiones digitales de estas páginas es común encontrar videos de accidentes de tránsito, hechos de violencia o noticias que captan tu atención de manera inmediata.

Obviamente, esta estrategia no es exclusiva de Argentina, pero la decisión de animar una única cosa en la página y que eso sea una escena de violencia me parece de mal gusto.

Mencionemos también dos experiencias interesantes: **Buenos Aires Herald** y **Buenos Aires Times**. Ambos son diarios hechos en Argentina, con las noticias del país, pero escritos en inglés.

En fin, hablar de medios de comunicación hoy es mucho más difícil de lo que parece.

Más que cualquier otra cosa, me parece que tenemos que estar atentos a pensar por nosotros mismos.

Gracias por escuchar otro episodio de "Traé Alfajores". Te invito a hacer una donación desde [Buy Me a Coffee](#).

Es una forma de apoyar el contenido y ayudarme a seguir produciendo episodios.

Nos vemos la próxima.

Muchas gracias por escuchar.