LA FOTOGRAFÍA DE PRENSA COMO INSTRUMENTO DE PODER

Análisis de la representación visual de los periódicos Clarín y Tiempo Argentino sobre las movilizaciones sociales del 13 de septiembre de 2012 en Argentina.



Gustavo Javier de Dios Pantano
Universidad Católica de Argentina e Instituto Universitario Ortega y Gasset
gustavodedios85@gmail.com

Resumen
Este artículo parte de la concepción de que el poder y la política se deciden en el proceso de construcción de la mente humana a través de la comunicación, y revaloriza a la fotografía como un instrumento de poder. El objeto de análisis es la representación visual –fotográfica– de dos periódicos, Clarín y Tiempo Argentino, acerca de las movilizaciones sociales del 13 de septiembre de 2012 en Argentina y su posición respecto al Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. A partir de un marco teórico que rescata el valor de la imagen y su autonomía estructural, sin dejar de lado su relación con los elementos lingüísticos, se llega a algunas conclusiones que permiten afirmar la potencialidad creciente de la fotografía en el análisis comunicacional, político y social.

Palabras clave: Fotografía de prensa, representación visual, movilizaciones sociales, periódicos, prensa, redes sociales.

Abstract
This article is based on the idea that power and politics are decided in the construction process of human mind through communication and revalues news photography as an instrument of power.The object of this analysis is the visual representation – photographic – of two Argentine newspapers, Clarín and Tiempo Argentino, about the social demonstrations held on September 13th, 2012 in Argentina and their position towards the administration of President Cristina Fernández de Kirchner. From a theoretical framework that highlights the importance of imagery and its structural autonomy and considering the connection to linguistic elements, this analysis comes to conclusions that show the potential of photography in communication, political and social.

Keywords: News photography, visual representation, social demonstrations, newspapers, press, social media.

 Fecha de recepción: 30/04/2013 :: Fecha de aceptación: 14/05/2013

I. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación, tanto los tradicionales como las nuevas tecnologías y las redes sociales, son actores sociales fundamentales de la sociedad moderna, en un contexto dinámico y cambiante.

Los temas que tratan, los formatos, los contenidos, los términos y las fotografías que utilizan transmiten, refuerzan y hasta modifican los valores, pautas de convivencia y criterios culturales en un proceso de influencias cruzadas con la sociedad.

Como actores políticos y económicos –empresas–, los medios tienen una estructura organizativa, intereses, objetivos y criterios de funcionamiento que influyen en la redacción de la información que publican y su modo o estilo de presentación.

A su vez, se parte de la concepción de receptores activos, donde si bien las percepciones pueden articularse por las intervenciones de la cámara, **una fotografía de prensa no puede influir en la opinión pública a menos que haya un contexto apropiado de disposición y actitud.**

A partir de este marco, el objeto de análisis en este artículo es la representación visual –fotográfica– de dos periódicos que cubrieron, el 13 de septiembre de 2012, lo que en el contexto local argentino se da en llamar "cacerolazo"[1], aunque aquí se empleará el término "movilización" o "movilización social" para evitar juicios a priori o connotaciones con otros acontecimientos.

El corpus está compuesto por los periódicos Clarín y Tiempo Argentino del 14 de septiembre de 2012, elección que obedece a que ambos poseen una línea editorial claramente opuesta, en virtud de su posición **frente al Gobierno Nacional de Cristina Fernández de Kirchner; Clarín, se manifiesta en contra y Tiempo Argentino, a favor.**

En particular se analizará qué representación realiza cada uno de estos medios respecto a los motivos, consignas y participantes de la movilización, así como al Grupo Clarín y la presidenta de la Nación.

1 El término "cacerolazo" hace referencia a una singular forma de protesta en que gente reunida en la vía pública espontáneamente, hace sonar elementos domésticos de metal (cacerolas, cucharas, jarros, sartenes, etc.) llamando la atención y manifestando protesta, repudio o disconformidad, y que se hicieran frecuentes a comienzos del siglo XXI, a raíz de la hecatombe económica que se produjo en el país a finales del Gobierno de Fernando de la Rúa, en diciembre de 2001.

Cabe señalar que la importancia de este tratamiento, en el marco del debate político argentino, se incrementa debido a que las movilizaciones se desarrollaron en un **contexto de enfrentamiento político y mediático,** entre el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y el principal multimedio de la Argentina, el Grupo Clarín.

Los argumentos teóricos principales que orientan este artículo son **que el poder y la política se deciden en el proceso de construcción de la mente humana a través de la comunicación** (Castells, 2009) y que **la fotografía es un instrumento de poder** (Sontag, 2012).

Se toma la concepción de poder como la capacidad estructural del actor social para imponer su voluntad sobre otro u otros actores (Castells, 2008) y de la fotografía, como producto y medio, dotado de autonomía estructural (Barthes, 1986).

Los medios de comunicación, a través de las fotografías de prensa, no crean una posición en sus lectores, pero sí buscan consolidarla. "*Lo que determina la posibilidad de ser afectado moralmente por fotografías es la existencia de una conciencia política relevante" (*Sontag, 2012: 28).

De acuerdo a Roland Barthes las imágenes son polisémicas, es decir, que pueden despertar muchos significados, pero el lector puede elegir algunos e ignorar otros.

Es así, que la mayoría de las veces, los periódicos mediante el texto amplifican un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía, pero también, a menudo, a través del mensaje lingüístico, producen –e incluso inventan o añaden– un significado enteramente nuevo que, en cierto modo, resulta proyectado de forma retroactiva sobre la imagen, hasta el punto de parecer denotado por ella.

Una fotografía de prensa cambia según el contexto donde se ve, es un mero fragmento y su peso moral y emocional depende de donde se inserta. "*Cada situación propone un uso diferente para las fotografías pero ninguna puede asegurar su significado*" (Sontag, 2012: 109).

II. RELEVANCIA COMUNICACIONAL

Asimismo, resulta relevante analizar la dimensión comunicacional puesto que, en términos instrumentales, **la fotografía de prensa es un mensaje y se valora en tanto que suministra información**. El conjunto de

dicho mensaje está constituido por la fuente transmisora –grupo de técnicos que forman la redacción del periódico, quiénes hacen las fotos, las eligen, editan, titulan, le ponen un epígrafe y las comentan–, el canal de transmisión –el propio diario–, y los receptores –los lectores–.

En términos técnicos, en el presente artículo se analizan las fotografías según el tipo de plano, encuadre y disposición de sus elementos visuales, como las formas, ritmos y tonos, es decir, desde su composición y contribución al discurso o línea editorial del periódico. Por su parte, se toma a la fotografía como centro, pero sin dejar de lado a su entorno, que está constituido por el texto, el titular, el epígrafe, la edición y asimismo la propia denominación del periódico.

Como es natural, incluso desde un punto de vista puramente inmanente, la estructura de la fotografía de prensa dista de ser aislada, establece, como mínimo, comunicación con otra estructura, que es la del texto (titular, pie o artículo) que siempre la acompaña.

La imagen no es real pero es el *analogon perfecto* de la realidad, es decir que esa *perfección analógica* es lo que define a la fotografía delante del sentido común (Barthes, 1986: 13). La fotografía es un mensaje sin código y por tanto, continuo.

La paradoja reside en que el mensaje connotado (lo codificado) se desarrolla, en la fotografía, a partir de un mensaje sin código (el denotado). La connotación, es decir, la imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico, se elabora a lo largo de los distintos niveles de producción de la fotografía (selección, tratamiento técnico, encuadre, edición) y consiste en la codificación del analógico fotográfico.

En este marco, la propia imagen y el texto son los principales procedimientos de connotación de la imagen fotográfica. Ésta ya no ilustra a la palabra, **es la palabra la que se convierte, estructuralmente, en parásito de la imagen.** El texto le añade peso a la imagen y el efecto de la connotación es diferente de acuerdo con el modo de presentación de la palabra.

El código de la connotación no es natural ni artificial, es histórico o cultural. Sus signos son gestos, actitudes, expresiones, colores o efectos dotados de ciertos sentidos en virtud de los usos de una determinada sociedad.

Barthes señala que la relación entre significado y significante, es decir, **la significación, es siempre histórica: depende del saber del lector y es el resultado de la elaboración de una sociedad determinada.**

III. LAS MOVILIZACIONES SOCIALES DEL 13 DE SEPTIEMBRE DE 2012

Para orientar al lector, es preciso señalar que las movilizaciones sociales comenzaron a partir del atardecer, aproximadamente de las 19. 30 horas. Tuvieron su **mayor expresión en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**, en sus principales esquinas céntricas y en el Obelisco y Plaza de Mayo, epicentros históricos para las manifestaciones y celebraciones populares argentinas.

Asimismo se realizaron marchas en las principales capitales y ciudades de las provincias de todo el país.

Durante la cobertura en vivo, en muchos medios televisivos, principalmente opositores al Gobierno Nacional, se presentó la movilización como **la primera convocada desde las redes sociales** –Facebook y Twitter principalmente–.

Los noticieros de los dos canales de televisión abierta más vistos de Argentina –según las distintas mediciones de audiencias–, Telenoche (Canal 13, del Grupo Clarín) y Telefé Noticias (Telefé, del Grupo Priza), así como canales de noticias de Cable, tal es el caso de Todo Noticias (TN, del Grupo Clarín), ofrecían una transmisión en vivo, no solo desde la Ciudad de Buenos Aires, sino desde varios sitios del país.

Los medios de comunicación más afines al Gobierno señalaban, sin embargo, que las protestas habían sido **orquestadas por "páginas Web anti k",** es decir en contra del gobierno. La Televisión Pública no ofreció una cobertura en vivo.

Por su parte, mientras se llevaban a cabo las movilizaciones, la presidenta de la Nación, **Cristina Fernández de Kirchner, se encontraba en la provincia de San Juan**, en la inauguración de una fábrica textil.

IV. REPRESENTACIÓN VISUAL EN CLARÍN Y TIEMPO ARGENTINO

El análisis que se hace a continuación se basa en las argumentaciones teóricas presentadas, pretendiendo aportar evidencia empírica que, a su vez, le otorgan mayor validez y se orienta por las siguientes **preguntas de indagación**: ¿qué interpretación realizan los periódicos Clarín y Tiempo Argentino, respecto a

las movilizaciones sociales del 13 de septiembre de 2012?; ¿Qué consignas señala cada medio como las principales de la convocatoria?; ¿Cómo caracterizan a su participantes?; ¿Cómo aparecen representados el Gobierno Nacional y el Grupo Clarín de acuerdo a cada medio? Y ¿qué imagen se da de la presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner?

Imagen 1. Clarín: Multitud contra el Gobierno y la "re reelección".


Clarín

UN TOQUE DE ATENCION PARA LA SOLUCION ARGENTINA DE LOS PROBLEMAS ARGENTINOS

Viernes 14 Septiembre de 2012

BUENOS AIRES REPUBLICA ARGENTINA AÑO LXVIII Nº 23.974

Semana del hogar

HOY, CONECTADOS AL TELEVISOR. GRATIS CON CLARIN

El gran sueño de la Davis

Gratis, en un suplemento especial, todo sobre el duelo con la República Checa. Hoy abren Del Potro y Stepanek.

LEANDRO MONACHESI

NO A LA REFORMA CONSTITUCIONAL

UNA MULTITUD, LA 9 DE JULIO, VISTA DESDE LA PLAZOLETA DEL OBELISCO, ANOCHE.

En Capital, GBA y ciudades del interior

Masivas marchas y fuerte protesta contra el Gobierno

La convocatoria se hizo a través de las redes sociales. Y el grueso de la movilización llegó hasta Plaza de Mayo. Hubo carteles y consignas contra la corrupción, la inseguridad, la inflación y el intento de re-reelección. P.6

Del editor al lector Finalmente, el malestar ganó la calle. Por Ricardo Kirschbaum

Cristina Habló en San Juan a la misma hora y no tocó el tema

Tema del día Ya hay polémica

La violencia de género crece y llaman al INDEC para medirla

Clarín había denunciado la falta de estadísticas oficiales sobre el femicidio. Ayer, el cuestionado organismo firmó un convenio con el Consejo Nacional de las Mujeres para monitorear los casos. P.3

La reforma laboral de 2000

Cruce entre De la Rúa y Chacho Alvarez en el juicio por los sobornos

El ex vicepresidente dijo tener "certeza absoluta" sobre el pago de coimas. De la Rúa replicó que cuando Alvarez presentó la renuncia no había dicho nada. P.24

En Capital

Sanciones más duras por tapar las patentes

La Legislatura porteña duplicó la quita de puntos para quienes busquen así evitar las fotomultas. Además, habrá una multa de $ 498 para esos infractores. P.46

CULTURA P.42

Amenazan sacar apoyo oficial a la Feria del Libro si no va a Tecnópolis

Se lo dijeron funcionarios a editores. Y advirtieron que no harían compras para bibliotecas populares.

MUJER

La alta moda, en una semana de colecciones

Además, la adicción al trabajo y un reportaje a Martín Bossi.

Precio en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y GBA: $ 6,00 • Recargo envío al interior: $ 0,75 • Recargo impresión digital: $ 1,50 • Uruguay: $ 40,00 • Brasil: R$ 6,00 • Precio de los opcionales, en el índice de la página 67.

Como se demuestra en la portada de **Clarín** (ver Imagen 1), **la nota y la foto principal refieren concretamente a las movilizaciones sociales del día anterior.**

La imagen proporciona un primer mensaje de sustancia lingüística, su soporte es el texto de la pancarta que se observa: *"No a la reforma constitucional"* y brinda al lector el motivo que el propio Clarín selecciona como el principal de la movilización. El mensaje lingüístico es doble, de denotación y de connotación.

Desde la composición de la imagen, este lema se transforma en el principal centro de interés de la fotografía, ya que además del propio peso del mensaje lingüístico en sí mismo, se ubica en uno de los cuatro puntos de intersección que establece la *regla de los tercios*[2], el inferior izquierdo.

Vale recordar que el centro de interés no tiene que corresponder necesariamente al centro físico de la foto, ni ser el objeto que ocupe la mayor parte de la imagen. Es el motivo de la fotografía y por lo general se decide previamente a disparar la cámara. En este caso, ocupa aproximadamente el 15% de la imagen, en la mitad izquierda del tercio horizontal central.

Aplicando este recurso de composición queda claro que la intención primordial de Clarín es evidenciar y resaltar que **el principal motivo de las movilizaciones fue la oposición a** una posible reforma de la Constitución Nacional, lo que le permitiría a Cristina Fernández de Kirchner **la posibilidad a acceder a una "re reelección"** y un tercer mandato de Gobierno.

Además, la pancarta, es el elemento que actúa como variación de forma y de dirección para que la repetición de personas no se haga monótona. Rompe con ese recurso y adquiere mayor relevancia aún.

Aparece también la idea de que la escena representa una **multitud**, el significante es la "marea de gente" de gente ubicada en la calle. Para ayudar a la connotación, se utiliza otro mensaje de sustancia lingüística que es el epígrafe y que está incorporado dentro de la imagen en forma de recuadro. Si bien nunca es una verdadera incorporación, al ubicarse dentro de la fotografía, parece participar de su denotación. Su texto es *"Una multitud. La 9 de Julio, vista de la Plazoleta del Obelisco, anoche"*. Dicha información textual "califica" a la cantidad de gente, precisamente como una "multitud" y brinda una marca de referencia espacial.

Volviendo a la imagen, la elección de un plano general permite mostrar esa cantidad de gente en un escenario amplio, en este caso la principal avenida de la Ciudad de Buenos Aires y a la vez poder distinguir fácilmente y en particular a algunas personas en el tercio horizontal inferior de la imagen, *quienes llevan la pancarta.*

Precisamente, el concepto de "masiva marcha" que se expresa en el titular principal, desde lo visual, se amplifica mediante la ocupación de la mayor parte de la imagen y relleno del encuadre, con gente.

2 La Regla de los Tercios –referida a la composición fotográfica– consiste en dividir la imagen en tres tercios imaginarios horizontales y tres verticales. Los cuatro puntos de intersección de estas líneas fijan los puntos adecuados para situar el punto o puntos de interés de la foto, alejando éste del centro de la fotografía.

El uso de las líneas tampoco es azaroso y aporta significado. Éstas permiten conducir la mirada y guiar la significación de la imagen, proporcionándole la estructura. Unifican la composición, llevando de una parte a la otra de la fotografía, centran la atención en el lugar conveniente o alejan la vista hacia el infinito y por repetición crean el ritmo (Langford, 2001). De este modo, el "camino de lectura visual" comienza desde el principal centro de interés, ubicado en el tercio horizontal inferior de la imagen y continúa por la línea diagonal formada por la gente a lo largo de la Avenida 9 de Julio, hasta el ángulo superior derecho de la imagen, dando la sensación que esa "marea de gente" parece no terminar nunca, que es infinita.

A continuación, se analiza el titular, volanta y bajada de la nota de tapa, partiendo de que el efecto de la connotación de la imagen fotográfica es diferente de acuerdo con el modo de presentación de la palabra. Si bien nunca es una verdadera incorporación, cuanto más cerca queda la palabra de la imagen, menos aparenta connotarla. Atrapado por el mensaje iconográfico, el mensaje verbal parece participar de su objetividad y la connotación de la imagen se vuelve inocente gracias a la denotación de la fotografía (Barthes, 1986).

El titular principal escogido por Clarín es *"Masivas marchas y fuerte protesta contra el Gobierno"*. Como ya se señalara, se mide el hecho como "masivo" en cuanto a su magnitud y se lo califica como "fuerte" en cuanto a su intensidad. Asimismo se hace énfasis en que ese desplazamiento de personas tiene como fin expresar **la oposición al Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner.** Lo que determina la posibilidad de ser afectado moralmente por las fotografías es la existencia de una conciencia política relevante. Es esa conciencia política relevante del lector de Clarín la que permite **unir "reforma constitucional", "re reelección" y "Cristina Kirchner".**

La volanta *"En Capital, GBA[3] y ciudades del interior"* ofrece información respecto a la ubicación espacial del hecho y le otorga de inmediato un carácter de "nacional".

En la bajada del título *"La convocatoria se hizo a través de Redes Sociales. Y el grueso de la movilización llegó hasta Plaza de Mayo. Hubo carteles y consignas contra la corrupción, la inseguridad, la inflación y el intento de re reelección"* se señala que el medio de comunicación utilizado para la organización fueron las Redes Sociales y que la protesta tuvo como destino final la Casa Rosada, sede del Gobierno Nacional. Del mismo modo, se enumeran cuáles fueron los motivos, en términos de "consignas y carteles" de esa marcha: corrupción, inseguridad, inflación e intento de re reelección de Cristina Fernández de Kirchner. Se indica además que la nota continúa en la página 6 del matutino.

Imagen 2. Tiempo Argentino: Ley de Medios, Grupo Clarín y movilizaciones sociales.


Tiempo ARGENTINO

Café Tacvba: "No fuimos devorados por la industria"

CATEGÓRICA RESPUESTA DE LA JUSTICIA A ESCASOS MESES DEL VENCIMIENTO DEL PLAZO DE DESINVERSIÓN DEL 7 DE DICIEMBRE

La Corte confirmó la grilla de TV de la Ley de Medios

Consideró que la norma en la práctica dejó sin efecto una causa iniciada por Multicanal contra el reordenamiento de los canales dispuesto por el ex COMFER. El Grupo Clarín aún se niega a incorporar Pakapaka, Telesur, INCAA TV y CN23 a Cablevisión.

Cristina: "Jamás decidiré algo que elimine un solo puesto de trabajo"

Bossio destacó que todos los chicos tienen asistencia del Estado argentino

"Este es un sistema más justo y equitativo", afirmó el titular de la ANSES al explicar los alcances de la nueva cobertura. El impacto de las asignaciones en la economía es de casi $ 30 mil millones.

MUNDO

Se multiplican los ataques contra los EE UU

DEPORTES

Sabella se cuelga del travesaño frente a Brasil

SOCIEDAD

Practicar boxeo, el nuevo boom de los gimnasios

UNA MARCHA A PLAZA DE MAYO QUE NO PISÓ EL CÉSPED

Los cacerolazos porteños se manifestaron contra el gobierno. También hubo protestas en otras ciudades.

Gustavo Cirelli

Lo espontáneo y lo estrambótico

POLÍTICA

La justicia frenó sanción de Macri a los docentes

CULTURA

Spinetta inédito y sin secretos

SOCIEDAD

No es estafa la adulteración del cuentakilómetros

Por su parte, la portada del periódico **Tiempo Argentino** (ver Imagen 2) tiene como titular principal *"La Corte confirmó la Grilla de TV de la Ley de Medios[4]"* y en su bajada, señala que (la Corte Suprema de Justicia) *"consideró que la norma en la práctica dejó sin efecto una causa iniciada por Multicanal contra el reordenamiento de los canales dispuesto por el ex COMFER[5]. El Grupo Clarín aún se niega a incorporar Pakapaka, Telesur, INCAA TV y CN23 a Cablevisión[6]"*.

Sin embargo la foto principal no refiere específica-

3 GBA es la abreviatura de Gran Buenos Aires, zona aledaña a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, pero perteneciente a la Provincia de Buenos Aires.

4 La denominada "Ley de Medios" refiere a la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

5 "Ex COMFER" refiere a la actual Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), autoridad de aplicación de la Ley 26.522.

6 Las señales televisivas Pakapaka e INCAA TV, pertenecen al Ministerio de Educación y a la Secretaría de Cultura de la Nación. Por su parte el Grupo Clarín, "a través de participaciones directas e indirectas en otras compañías, es titular del 60%" de la empresa de servicios de televisión por Cable "Cablevisión", de acuerdo a lo publicado en su sitio web institucional. Asimismo es dueño de la empresa Multicanal.

mente a dicha noticia sino que muestra la movilización en Plaza de Mayo, por lo que se observa una aparente intencionalidad en **vincular estos temas: Ley de Medios, Grupo Clarín y movilizaciones sociales, en principio, desde su portada.**

Imagen 3. Tiempo Argentino: Un reclamo sectorial que no pisó el césped.



Tiempo Argentino busca desestimar la importancia del hecho. Es así que, a través de su fotografía de portada (ver Imagen 3) –que si bien no se aclara que fue tomada por la Agencia Nacional de Noticias TELAM, según consultas realizadas a esta agencia– muestra un gran plano general o panorámico de la Plaza de Mayo y a la gente masificada pero perdida en el entorno. Gran porcentaje de la composición está ocupado por los edificios sobre la calle Hipólito Yrigoyen y el cielo, que abarca poco menos de un tercio de la imagen.

Ni la elección de la foto ni el encuadre son azarosos, sino que permite observar a una parte de la Plaza que en ese momento no se encontraba en su punto de mayor convocatoria. Precisamente la masa principal de manifestantes, que se ubicaba en ese sector de la ciudad, lo hacía por sobre la Avenida Rivadavia. La gente en dicha arteria no entra en cuadro y además su visualización está bloqueada por parte del techo de la Catedral Metropolitana.

En contraposición, **Clarín busca destacar el carácter espontáneo de la movilización**, es así en su página 6, muestra una imagen similar (ver Imagen 4), pero desde una posición más centrada respecto a Plaza de Mayo, teniendo como principal centro de interés la masa de gente ubicada sobre la adyacente Avenida Rivadavia. Además, el epígrafe *"La Plaza. Una multitud ayer frente a la Casa Rosada. La convocatoria creció informalmente a través de las redes sociales"*, si bien es solo una interpretación, necesariamente limitada de la fotografía que acompaña, pretende guiar la significación de la escena.

Imagen 4. Clarín: Una multitud espontánea.



Tiempo Argentino utiliza otro titular *"Una marcha a Plaza de Mayo que no pisó el césped"* - *pequeño y debajo de la fotografía principal* - y una nota de opinión de su director periodístico, Gustavo Cirelli, que continúa en la página 6, titulada *"Entre lo espontáneo y lo estrambótico"*, como principales procedimientos de connotación de la imagen de portada, en busca de la imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico propiamente dicho.

Esto constituye lo que Barthes denomina un mensaje parásito destinado a comentar la imagen, a insuflar en ella uno o varios significados segundos. Tomando como significante al "césped de la Plaza de Mayo sin gente", el primer significado que puede atribuírsele es el de "poca presencia de gente". Además, por su proximidad con la imagen, el titular parece connotarla menos y participar de su objetividad.

Como dato agregado vale señalar que el día de la movilización, las zonas verdes de la Plaza de Mayo estaban, desde hacía unos días, cercadas por una cinta amarilla con el logotipo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, qué se encontraba colocando flores y cambiando el césped de dichos espacios. El segundo significado es el de **"reclamo sectorial, que no representa a las mayorías, al pueblo trabajador"** y se vale del siguiente párrafo de la nota de opinión de Cirelli en la página 6: *"Lo de anoche fue un reclamo difuso, pero sectorial al fin. Y clasista. El canturreo de "si este no es el pueblo, el pueblo donde está" definía que el pueblo, el que se expresa en las mayorías, no estaba. El de "las patas en la fuente"*[7]*, el que está en las barriadas populares, en las fábricas, en las universidades del Conurbano, entre aquellos que el mango*[8] *que ganan lo derraman en el consumo o ahor-*

7 Con "las patas en la fuente" se hace expresa referencia a una imagen histórica del 17 de octubre de 1945, considerada fecha fundacional del peronismo, día en que mucha gente de extracción popular llegó caminando a Plaza de Mayo y metía los pies descalzos en la fuente de agua.

8 Alude a peso moneda, dinero.

rando para el futuro de sus hijos y no especulando con el dólar. Esos no estaban ahí". (…) "La historia argentina está atravesada por episodios estrambóticos. Y en esos desbordes, los que perdieron fueron los sectores populares, no precisamente "los vecinos", "la gente" que se encuentra en Twitter para marchar a la Plaza de Mayo pacíficamente y sin pisar el césped".

Imagen 5. Tiempo Argentino: El animal print llegó a Plaza de Mayo.



Para reforzar ésta idea, **Tiempo Argentino**, en la misma página 6, publica una fotografía (ver Imagen 5), plano corto, en la que se ven a manifestantes sonriendo y con sus brazos en alto con banderas argentinas. Como significantes pueden considerarse las banderas argentinas flameando –su significado es patria o argentinidad–, las sonrisas en sus rostros –alegría– y la vestimenta. Respecto a ésta última, el epígrafe de la foto *"Moda. El animal print llegó a la Plaza convocado desde las redes sociales para reclamar contra la Diktadura"* tiene especial implicancia sobre la connotación, y constituye un elemento de significación ya que **probablemente remite a un significado conocido por sus lectores: los años noventa, el gobierno menemista[9] y la frivolidad con que se lo identifica.**

De este modo, produce un significado enteramente nuevo que, en cierto modo, resulta proyectado de forma retroactiva sobre la imagen, hasta el punto de parecer denotado por ella. Así, ofrece una valoración negativa respecto a las personas que participaron de la movilización y la define como un sector de la clase media, egoísta y especulador que no quiere perder sus privilegios.

Por su parte, Clarín, en su página 7, ofrece 4 fotos (ver Imagen 6), en donde muestra a los participantes de la movilización social en distintos sitios de la Ciudad de Buenos Aires.

Imagen 6. Clarín: Cacerolas en alto.



De acuerdo a Barthes (1986), la connotación, es decir, la imposición de un segundo sentido del mensaje fotográfico, se elabora a lo largo de los diferentes niveles de producción de la fotografía, entre ellos la compaginación, y es posible reconocer distintos procedimientos de connotación, aunque señala que no forman parte de la estructura fotográfica. Uno de estos puede aplicarse en este caso y es el de la sintaxis, por el cual una serie de varias fotos puede constituirse en secuencia.

Si bien puede decirse que el significante de connotación se encuentra en el nivel de su encadenamiento, en las dos fotos de la izquierda de la página, se encuentra otro: la cacerola que se golpea[10]. Estos objetos constituyen elementos de significación y remiten a un significado claro: la protesta. Además, se utilizan plano corto y un punto de toma al mismo nivel que lo fotografiado, lo cual genera cercanía.

Los epígrafes *"Cacerola 1. Los alrededores de la Quinta de Olivos"* y *"Cacerola 2. Un adolescente, anoche en Plaza de Mayo"* permiten reconocer una ubicación geográfica de las imágenes y le agregan más peso puesto que le permiten saber al lector que tuvieron lugar una frente a La Quinta de Olivos –residencia del presidente de la Nación– y otra en Plaza de Mayo –donde se ubica la Casa de gobierno –. En la misma página 7 de Clarín, se publica una nota titulada *"Una plaza sin escenarios ni liderazgos, pero llena de gente"*. El título y la nota refuerzan a las fotografías de la derecha, que utilizan planos generales que permiten mostrar a la gente pero sin destacar a unas sobre otras, en escenarios amplios fácilmente identificables para el lector, el Obelisco y la Plaza de Mayo.

En ambas imágenes se incorpora el mensaje lingüístico presente en las pancartas y pueden leerse consignas como "Justicia". Sin embargo, la bajada del título, *"La variedad de consignas fue la nota de la noche: todas criti-*

9 Menemismo, alude a Carlos Saúl Menem quien cumplió dos períodos presidenciales. El primero de 1989 a 1995, luego del de Raúl Alfonsín, siendo reelecto en 1995 para un segundo mandato que se extendió hasta 1999, año en que fue sucedido por Fernando de la Rúa. Desde 2005 Menem es Senador Nacional por la Provincia de La Rioja.

10 'La cacerola que se golpea' alude al cacerolazo referido en la primera nota al pie de este artículo.

caron las distintas políticas de Cristina Kirchner", vuelve a homogeneizar las consignas de la movilización social.

De este modo, **Clarín asocia nuevamente la protesta y los motivos de la convocatoria, "que no tuvo escenarios ni liderazgos", con el Gobierno Nacional, como destinatario principal.**

Imagen 7. Tiempo Argentino: CFK, la foto con los trabajadores.


Tiempo ARGENTINO

HOY 26° | 15° CIELO DESPEJADO

Café Tacvba: "No fuimos devorados por la industria"
Entrevista a la popular banda mexicana, a 20 años de la salida de su primer disco. Mañana se presentará gratis en el Planetario porteño. Opina Gustavo Santaolalla. SE

CATEGÓRICA RESPUESTA DE LA JUSTICIA A ESCASOS MESES DEL VENCIMIENTO DEL PLAZO DE DESINVERSIÓN DEL 7 DE DICIEMBRE

La Corte confirmó la grilla de TV de la Ley de Medios

Consideró que la norma en la práctica dejó sin efecto una causa iniciada por Multicanal contra el reordenamiento de los canales dispuesto por el ex COMFER. El Grupo Clarín aún se niega a incorporar Pakapaka, Telesur, INCAA TV y CN23 a Cablevisión.

Cristina: "Jamás decidiré algo que elimine un solo puesto de trabajo"

Bossio destacó que todos los chicos tienen asistencia del Estado argentino

"Este es un sistema más justo y equitativo", afirmó el titular de la ANSES al explicar los alcances de la nueva cobertura. El impacto de las asignaciones en la economía es de casi $ 30 mil millones.

En la portada de **Tiempo Argentino** (ver Imagen 7) se publica una pequeña foto de **Cristina Fernández de Kirchner junto a trabajadores** de Vesubio, empresa textil fabricante de la marca de indumentaria Lacoste, en San Juan, si bien vale decir que esta información no es suministrada por el matutino.

El titular es una cita textual de la presidenta de la Nación: *"Cristina: Jamás decidiré algo que elimine un solo puesto de trabajo"*.

La imagen se ubica debajo del título más destacado –a favor del Gobierno y en contra de Clarín– *"La Corte confirmó la grilla de TV de la Ley de Medios"* y en la misma línea que *"Bossio destacó que todos los chicos tienen asistencia del Estado Argentino"*, que también es acompañado por una foto del director ejecutivo de la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES), Diego Bossio.

La elección de ambos titulares no se presume como azarosa, sino todo lo contrario, traen dos pilares que el Gobierno Nacional asume como preponderantes en su gestión, la generación de empleo y la Asignación Universal por Hijo[11]. En la foto puede verse a la presidenta de la Nación, en el centro, rodeada por los operarios, todos con una sonrisa en sus rostros. Se utiliza un plano de conjunto, que permite mostrar a Cristina Fernández de Kirchner en interacción y rodeada por este grupo de trabajadores, como una más.

Por su parte, **Clarín**, en la parte inferior de su portada, publica dos títulos. *"Del editor al lector. Finalmente, el malestar ganó la calle"*. La nota fue escrita por Ricardo Kirschbaum y continúa en la página 2. Al lado el otro titular es *"Cristina. Habló en San Juan a la misma hora y no tocó el tema"*.

"Del editor al lector" alude a que el diario le habla directo a la gente, mientras que en el título próximo se da a entender que **la presidenta habló pero hizo "oídos sordos" al "malestar que ganó la calle".**

Sin embargo, en su página 9, Clarín manifiesta que Cristina les habló a "quienes la critican", según reza la bajada. El titular es *"Cristina: Yo no me voy a poner nerviosa, que se queden tranquilos"*.

Se utiliza una fotografía de Presidencia de la Nación (ver Imagen 8), un plano de conjunto de la Presidenta de la Nación junto a los trabajadores de la mencionada fábrica textil. Mediante el epígrafe *"Para la foto. La presidenta, rodeada de trabajadores de Vesubio, la empresa fabricante de Lacoste, en San Juan. Desde allí habló ayer"*, Clarín, pretende "introducir" otros significados a la imagen. La frase "para la foto" da a entender que "**sólo para que se vea públicamente**" y que no estuvo en la Ciudad de Buenos Aires, epicentro de las movilizaciones.

Tomando como significante la sonrisa de Cristina Kirchner y aplicando un análisis desde la comunicación no verbal, puede interpretarse como una sonrisa social, es decir que es *"fabricada para mostrarles a los demás que tenemos buenas intenciones o como señal apaciguadora para prevenir conflictos"* (Rulicky y Cheny, 2007: 81).

Imagen 8. Clarín: CFK, con los trabajadores para la foto.


Cristina: "Yo nerviosa no me voy a poner, que se queden tranquilos"

La Presidenta se refirió así, desde San Juan, a quienes la critican. Fue a la hora que empezaba el cacerolazo.

11 Esta asignación fue creada por medio del decreto Nro. 1602/09, del Poder Ejecutivo Nacional. De acuerdo al sitio web institucional de ANSES, http://www.anses.gob.ar, "Con la misma, el Estado busca asegurarse de que los niños y adolescentes asistan a la escuela, se realicen controles periódicos de salud y cumplan con el calendario de vacunación obligatorio, ya que éstos son requisitos indispensables para cobrarla".

V. A MODO DE CONCLUSIÓN

Luego un análisis empírico de la representación visual de las movilizaciones del 13 de septiembre de 2012 en Argentina en dos medios gráficos contrapuestos como son Clarín y Tiempo Argentino, se pone de manifiesto cómo utilizan la fotografía para **consolidar su posición ya establecida**, el primero a favor y el segundo en contra, respecto al Gobierno Nacional de Cristina Fernández de Kirchner, lo que abona muchos de los argumentos teóricos expuestos al principio del artículo.

Puede apreciarse, en dicho marco, cómo **Clarín busca resaltar la magnitud del acontecimiento y englobar las distintas consignas de la movilización en una sola: "contra el Gobierno"**, destacando una negativa a un posible tercer mandato de Cristina Fernández de Kirchner –como puede verse en la fotografía de portada–.

Asimismo busca una homogeneización de los participantes de la movilización, destacando la espontaneidad de la convocatoria, la ausencia de liderazgos y el carácter nacional de la protesta.

Se muestra a una **Cristina Fernández de Kirchner que se ausenta del epicentro** y no escucha los reclamos de esa "multitud", así tampoco con el "pueblo trabajador" por convicción, sino "para la foto".

Por su parte, a partir de su portada, **Tiempo Argentino busca desestimar la importancia del hecho, argumentando que representa a un sector de la clase media** que no quiere ceder sus privilegios y no a la mayoría, a ese pueblo trabajador que "pisa el césped".

Asimismo, busca conectar a los manifestantes con el Grupo Clarín. Es así que en el título principal de su portada hace referencia a la "Ley de Medios", en el marco del enfrentamiento del Gobierno y el mencionado multimedio en relación al artículo 161 de la Ley 26.522 que establece la adecuación a la cantidad de licencias de servicios de comunicación audiovisual previstas por la misma.

Por último, Tiempo Argentino presenta los motivos de la marcha como primarios y heterogéneos, **se destaca un "odio" o "encono personal" por parte de los manifestantes hacia Cristina Fernández de Kirchner** y se realiza una conexión de dicho sector al "Menemismo", que el diario presenta como negativo en su discurso. Como se ha expresado, los medios de comunicación son actores sociales, políticos y económicos fundamentales en la sociedad moderna, que tienen intereses y objetivos propios que influyen en la información que presentan.

En este marco y siempre partiendo de la concepción de receptores activos –y de que no puede influir en la opinión pública a menos que haya un contexto apropiado de disposición y actitud– **la fotografía de prensa se presenta como un instrumento de poder en la búsqueda de consolidación de dichas posiciones.**

En síntesis, se puede visualizar a la fotografía como documento importante del análisis cualitativo, lo que puede ser en la actualidad un rico aporte para la investigación en diferentes áreas del quehacer político y social. Todo ello en un mundo donde, no solo a través de los medios tradicionales, sino de las redes sociales y las nuevas tecnologías, **las imágenes fotográficas tienden a su creciente globalización y socialización.**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAQUERIN DE RICCITELLI, T. (2008): *Los medios ¿aliados o enemigos del público?: derivaciones de las teorías de las comunicaciones surgidas en los setenta.* Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina.

BARTHES, R. (1986): *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces.* Barcelona: Paidós.

____(1995): *La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía.* Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

____(1997). *Mitologías,* México: Siglo Veintiuno.

CASTELLS, M. (2008). "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política". *Revista Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación.*

____ (2009): "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (II). Los nuevos espacios de la comunicación". *Revista Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación.*

CLARÍN (2012, 14 de septiembre).

LANGFORD, M. (2001): *La fotografía paso a paso, un curso completo.* Madrid: Tursen S.A - Hermann Blume Ediciones.

RULICKI, S. (2007): *Comunicación no verbal, cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos.* Buenos Aires: Gránica.

SONTAG, S. (2012): *Sobre la fotografía,* Buenos Aires: Debolsillo.

TIEMPO ARGENTINO (2012, 14 de septiembre).

ZECCHETTO, V. (2012): *Seis Semiólogos en busca del lector*, Buenos Aires: La Crujía Ediciones.