

**MEDIOS,  
MULTIMODALIDAD,  
GÉNERO Y POLÍTICA:  
Cristina Fernández de  
Kirchner en *Noticias***

MEDIA, MULTIMODALITY,  
GENDER AND POLITICS: Cristina  
Fernández de Kirchner em  
*Notícias*

MEDIA, MULTIMODALIDADE,  
SEXO E POLÍTICA: Cristina  
Fernández de Kirchner em  
*Notícias*

**Sara Isabel Pérez<sup>1</sup>  
Ana María Aymá<sup>2, 3</sup>**

## RESUMEN

El artículo explora los procesos de construcción discursiva multimodal de la imagen de Cristina F. de Kirchner en las tapas de la Revista Noticias. A lo largo del texto se analiza cómo se construyen y (re)producen, con particular énfasis, aquellos significados vinculados a los lugares comunes y las representaciones e identidades genéricas hegemónicas. Se puede observar en las conclusiones cómo se actualizan en la Revista Noticias los procesos semióticos de sexualización y objetificación que anulan a la mujer como sujeto y, por tanto, como actor político.

**PALABRAS CLAVE:** Multimodalidad, género, política, prensa, discurso.

<sup>1</sup> Doctora e Maestra en Lingüística por El Colegio de México. Licenciada en Letras por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Profesora del Universidad Nacional de Quilmes (Argentina). E-mail: [Siperezc@gmail.com](mailto:Siperezc@gmail.com).

<sup>2</sup> Licenciada en Comunicación Social (UNER. ARGENTINA) Doctoranda en Ciencias Sociales (UNGS/IDES. ARGENTINA). Profesora Adjunta de Elementos de Comunicación, Arte y Estéticas en la Historia de Occidente, Teorías y análisis del Discurso y Fundamentos de Semiótica y Lingüística en Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. E-mail: [anaayma@gmail.com](mailto:anaayma@gmail.com).

<sup>3</sup> Dirección de contacto con las autoras (por correo): Universidad Nacional de Quilmes. Roque Sáenz Peña 352, B1876BXD Bernal, Buenos Aires, Argentina.

## **ABSTRACT**

The article explores the processes of multimodal discursive construction of the image of Cristina F. de Kirchner in the covers of Revista Noticias. Throughout the text it is analyzed how those meanings linked to the common places and the generic hegemonic representations and identities are constructed and (re)produced. It can be observed in the conclusions how the Semiotic processes of sexualization and objectification that nullify the woman as subject and, therefore as a political actor, are updated in the News Magazine.

**KEYWORDS:** Media, multimodality, gender, politics, discourse.

## **RESUMO**

O artigo explora processos de construção discursiva multimodal da imagen de Cristina F. de Kirchner nas capas da Revista Noticias. Ao longo do texto analisa-se como são construídos e (re)produzidos, com particular ênfase em aqueles significados vinculados aos lugares comuns e as representações e identidades genéricas hegemônicas. Pode-se observar nas conclusões como os processos semióticos de sexualização e objetivação que anulam a mulher como sujeito e, como ator político, são atualizados na Revista de Notícias.

**PALAVRAS-CHAVE:** Meios, multimodalidade, sexo, política, discurso.

Recebido em: 01.07.2017. Aceito em: 12.09.2017. Publicado em: 01.10.2017.

## Introducción

La comunicación contemporánea configura espacios de prácticas, textos, discursos y agencias que han llevado a la teoría semiótica social, en ocasiones denominada semiótica multimodal, a construir un nuevo edificio teórico y analítico, partiendo del supuesto básico de que todos los textos son, en algún sentido, multimodales (KRESS & VAN LEEUWEN, 2001).

La emergencia de la multimodalidad en el campo de los estudios críticos del discurso y la constitución como objeto central de los “discursos multimodales” condujo a afirmar que la semiótica social debe ser pensada como parte de una teoría social de la comunicación (KRESS, 1993: 184). Al pensar los textos como emergentes de prácticas discursivas, se concibe la producción e interpretación de textos en tanto prácticas sociales.

Partiendo de ese enfoque, en este trabajo nos proponemos indagar qué recursos semióticos usa la revista Noticias para construir la imagen de Cristina Fernández de Kirchner en su portada, en pos de analizar qué significados se construyen y (re)producen a partir de esos recursos, con particular énfasis en aquellos vinculados a las representaciones e identidades genéricas.

Judith Butler considera al género como una forma de hacer, una actividad incesantemente performada, en parte, sin saberlo y sin la propia voluntad. Esto no implica que sea una actividad automática o mecánica; por el contrario, es una práctica –o una serie de prácticas- en un escenario constrictivo (BUTLER, 2006).

Yendo al objeto específico de análisis, en nuestra investigación, observamos que desde el comienzo del segundo mandato de Cristina Fernández, la entonces presidenta de la Nación, el 10 de diciembre de 2011, hasta la finalización del mismo, el 9 de diciembre de 2015, se registraron un

total de 36 tapas de la revista Noticias en las que Cristina Fernández protagoniza la nota central.

La hipótesis de partida en este trabajo es que a lo largo de las 36 tapas que conforman el *corpus*, texto e imagen se integran en la construcción semiótica de ciertos tópicos que recorren el período, en forma de representaciones narrativas y conceptuales (VAN LEEUWEN & KRESS, 2004) en torno a los atributos de los y las participantes involucrados/as.

Se reproducen y refuerzan de esta manera estereotipos de género hegemónicos en tanto contribuyen a la representación de una mujer pasional, irracional y erotizada, valores que entran en contradicción con los discursos hegemónicos masculinistas asociados al liderazgo político y a la esfera pública de gobierno (LAKOFF, 2004; MARRA, SCHURR Y HOLMES, 2006; LITOLESITTI, 2006).

### **La semiótica social y el análisis de discursos multimodales**

La perspectiva teórica que aquí se expone articula los estudios críticos del discurso y la semiótica social (VAN LEEUWEN & KRESS, 2001, 2004; VAN LEEUWEN, 2008, KRESS, 2010), pensada como una propuesta teórico metodológica interdisciplinaria, en el marco de una teoría social de la comunicación. Si la noción clave para cualquier semiótica es la de signo, en este caso se agrega el de recurso semiótico. La pregunta que anima estos estudios es ¿cómo la gente usa la variedad de los recursos semióticos disponibles para realizar signos en contextos sociales concretos? (KRESS & VAN LEEUWEN, 2001). El signo es un producto realizado en la interacción, y no una conjunción pre-existente entre significado y significante, es el resultado de un proceso de representación. El sujeto es un "realizador de signos" (*sign-maker*), o *rethor* (KRESS, 2010) que pone en foco determinados aspectos del objeto en esa

representación, de acuerdo a sus motivaciones e intereses, surgidos de la historia cultural social del enunciador y del contexto específico en el cual el signo es producido. Por eso, dicen los autores que ese proceso es metafórico en dos pasos: se toma un aspecto de lo que se quiere representar, y ese aspecto adquiere una forma. La analogía es el principio constitutivo de este proceso de representación. Ahora bien, qué metáforas pasan al sistema semiótico como "naturales", como clasificaciones neutrales, es algo que está gobernado por las relaciones sociales que se dan en el marco de los órdenes discursivos en los que se producen las prácticas. Es este también un aspecto fundamental del enfoque de este trabajo.

Estos procesos de producción y adjudicación de sentido se desarrollan en cuatro dominios de la práctica discursiva, también denominados *strata*, que son los siguientes: discurso, diseño, producción y distribución. Los *discursos* son conocimientos socialmente y contextualmente contruidos sobre determinados aspectos de la realidad. Son versiones que forman o transforman visiones del mundo y se llevan a cabo en diferentes ámbitos y de acuerdo a los intereses diversos de los actores sociales involucrados. El *diseño* es el uso de los recursos semióticos en todos los modos y combinaciones. Son medios para entender los discursos. La *producción* es la articulación material del artefacto semiótico, es la ejecución del diseño. La *distribución*, que puede ser vista como no semiótica, puede entenderse también como un aspecto de la práctica que agrega significado en tanto potencial re-codificación de los productos semióticos. Estos estratos que en una interacción cara a cara pueden aparecer fusionados, en el campo de los medios masivos de comunicación se separan en diferentes tipos de organización social de la producción semiótica. Los procesos semióticos sociales que se dan en interacciones comunicativas concretas son

parte de la producción de conocimiento (KRESS, 2010). De esta manera son prácticas que fundan principios que habilitan juicios éticos, estéticos y afectivos.

En términos teóricos, tomamos tres presupuestos fundamentales que comparten los autores de la semiótica social y los estudios multimodales, para el enfoque de nuestro trabajo:

- La comunicación, cualquiera sea el modo al que se recurra, ocurre siempre por medio de textos. Un texto es el resultado de la acción social semiótica de representación. Es el sitio social de la emergencia de discursos inmateriales (KRESS, 2011).

- Todos los textos son, en algún sentido, multimodales (KRESS & VAN LEEUWEN, 2001). Al pensar los textos como emergentes de prácticas discursivas, también pensamos la producción e interpretación en tanto prácticas sociales.

- Se entiende en esta teoría como prácticas sociales a las cosas que la gente hace para, por o con otros, en la medida en que siguen patrones reconocibles. Los elementos principales de las prácticas sociales son las acciones que las constituyen, el modo en que estas acciones se llevan a cabo, los actores que participan en las acciones, los recursos necesarios para llevarlas a cabo y el tiempo y el lugar en el que transcurre la acción" (VAN LEEUWEN, 2005). Las prácticas sociales tienen lugar en campos de poder (KRESS, 2003), lo que sigue la tradición de los estudios críticos del discurso.

La interacción discursiva es concebida como un proceso activo, reflexivo, interpretativo y colaborativo de representar el mundo y, al mismo tiempo, de negociación de relaciones sociales, de la propia identidad del hablante; se puede decir que es un proceso abierto en el cual pueden surgir nuevas representaciones, nuevas relaciones y nuevas identidades sociales y cuyas

consecuencias no son completamente predecibles (CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999: 47).

En este punto, es importante agregar que adoptamos también con van Leeuwen y Kress, la noción de metafunción de M. Halliday para trabajar sobre el corpus que hemos seleccionado. Según esta perspectiva, los tres tipos de metafunciones que se dan en los textos producen tres tipos de significados: ideacionales –o representacionales, interaccionales –o interpersonales- y textuales. La función ideacional es la habilidad de los sistemas semióticos de representar objetos –participantes representados- y sus relaciones en el mundo de la experiencia. La interpersonal, representa las relaciones sociales que se construyen, incluyendo los roles que asumen quienes participan de la comunicación.

Los efectos constructivos del discurso tendrán que ver con la construcción, refuerzo o cuestionamiento de representaciones, sistemas de conocimientos y creencias, con la construcción de identidades individuales y colectivas y con la reproducción, despliegue o cuestionamiento de las relaciones sociales entre los actores.

Volviendo al proceso semiótico de realización de signos, en él encontramos al productor del mensaje que selecciona los recursos semióticos adecuados para su propósito dentro del repertorio de recursos disponibles para cada modo (lenguaje, imagen, sonido, gestos, etc). En el caso del modo imagen pueden encontrarse varios recursos<sup>4</sup> como el color, la organización visual, el marco, la fotografía, el dibujo, el montaje, entre otros-.

---

<sup>4</sup> Algunos de ellos mencionados también como “modos” en la teoría, en tanto la tipología o inventario de recursos, modos y medios es algo vivo y en debate dentro de una propuesta que está aún en debate.

Partimos, entonces, del presupuesto de que lo visual actúa como modo semiótico, y en tanto tal sirve para varios propósitos comunicacionales y representacionales. En este sentido, una gramática visual, como la lingüística, va más allá de las reglas formales normativas, permite a los sujetos construir diferentes imágenes de la realidad y darle sentido a la experiencia. Cuando un modo semiótico juega un rol de la comunicación pública, su uso estará sujeto a reglas. Una gramática del diseño visual se enmarca también en el contexto cultural al que pertenece y específicamente en su cultura de comunicación visual, la cual conforma un sistema que a su vez tiene una historia. No es, desde luego, una gramática universal, ni está regulada institucionalmente como los lenguajes verbales, pero es dominante en la cultura occidental contemporánea y “hablada” por todos los grupos sociales en tanto habitantes -y participantes- del paisaje de los medios masivos de comunicación actuales. En este sentido pueden inventariarse elementos de esta comunicación visual, que, en principio parece transparente pero está siempre codificada.

### **Género, discurso y medios de comunicación**

Al abordar la relación entre género, política y medios de comunicación, C. Walsh advierte que el control metadiscursivo ejercido específicamente por los medios, constriñe el proceso iterativo de formación de identidades genéricas (WALSH, 2001: 16). Esta autora destaca que existen ciertos dominios y estructuras institucionales y ciertas prácticas discursivas que están históricamente asociadas a los hombres. Uno de los efectos del ingreso de las mujeres a campos tradicionalmente dominados por varones, como la política, es el poner de manifiesto normas, creencias y valores implícitos que aparecían bajo el manto de “neutralidad genérica” y que, sin embargo, no son tales. Así,



en los casos en los que en los medios hay una representación significativa de mujeres en esferas o ámbitos tradicionalmente masculinos, los estereotipos genéricos abundan.

El concepto de 'liderazgo', es un concepto generizado (MARRA, SCHURR Y HOLMES, 2006) . En términos generales, los rasgos que se atribuyen a los liderazgos en las actividades profesionales y públicas coinciden con muchos rasgos asociados al estereotipo de masculinidad, como el habla asertiva y directa, la firmeza, la no demostración de sentimientos y emociones, entre otros. Si una mujer habla como líder, está transgrediendo los límites de la femineidad; si habla como mujer, ya no se representa a sí misma como líder, por lo que ser una mujer líder requiere un "fino balance" de estrategias discursivas para "hacer liderazgo", si se desea continuar manteniendo las dos identificaciones, como mujer y como líder. Ha habido políticas reconocidas, como Margaret Thatcher, que han optado por la asimilación de rasgos masculinistas, pero no es ese el tipo de casos que ahí nos interesa.

En contraste, los medios tienden a valorar positivamente aquellas imágenes en las que las mujeres aparecen en el marco de narrativas tradicionales, como protagonistas de escenas familiares. Asociadas al lugar de subordinación y sostén de la vida doméstica, como novias, esposas o madres, en lo que algunos estudios reconocen como la figura de la *beauty queen* o reina de belleza, se evoca la figura del "ángel del hogar", que aparece con frecuencia en el arte y la literatura occidental. La figura de la "reina de belleza", lugar común del discurso masculinista reproducido en los mass media recupera y valora positivamente todos los rasgos asociados a los estereotipos de femineidad: fragilidad, belleza –clásica-, juventud, emociones como la ternura, la dulzura, maternidad, debilidad (en comparación con figuras masculinas), falta de independencia, heterosexualidad normativa y castidad, entre otras.

Cuando aparecen en el escenario mujeres líderes, y en nuestro caso, una mujer que despliega performativamente su identidad como mujer, de manera sistemática, en el cargo más alto del Poder Ejecutivo Nacional, se despliega un proceso de reestructuración discursiva en orden del discurso de la esfera pública institucional, mediante el cual la naturaleza generizada de la dicotomía público/privado se traslada al espacio de la política. Esto conduce a que los comportamientos de las mujeres vuelvan a ser interpretados en esta clave, llevando al espacio de lo doméstico y lo privado lo que, por excepcionalidad, se había desplazado de ese lugar para ocupar la centralidad de lo público, la política. De esta manera, podemos observar en el discurso hegemónico el despliegue de dispositivos de neutralización, deslegitimación y normalización. Se desplaza el foco del tratamiento desde las cuestiones políticas a las cuestiones del orden privado. La apariencia, la familia, la maternidad, los sentimientos, la intimidad se convierten en el centro de la preocupación del discurso periodístico cuando de mujeres se trata.

Investigaciones realizadas en distintos países del mundo occidental dan cuenta de las estrategias mediante las cuales los medios contribuyen al mantenimiento del *statu quo* masculinista en la esfera de la política, desplegando un discurso sexista sutil que, bajo el supuesto de que la esfera política constituye un espacio asexuado, excluye simbólicamente a las mujeres de dicho espacio.

Son precisamente estos elementos los que nos proponemos abordar aquí desde una perspectiva discursiva. M. Lazar recupera, en este marco, la propuesta que desde el ACD realizan distintas autoras al plantear a las identidades genéricas como un logro, iterativo, activo y continuo en y a través del discurso (WEST, LAZAR & KRAMARAE, 1997). Y es a partir de los trabajos de esta autora que encontramos los puntos de contacto (LAZAR, 2005).

La mirada constructiva del proceso de identificación, como hecho reiterativo, pero anclado en el orden social de los discursos, que propone N. Fairclough entra en diálogo –no sin tensiones– con la mirada que propone J. Butler sobre el género.

Es necesario advertir aquí que este punto de articulación es posible en tanto y en cuanto se realice una lectura compleja y en relación de algunas de las propuestas de Judith Butler en *Deshacer el género* (BUTLER, 2006) y en el entendimiento de las reservas que sobre las interpretaciones más deconstructivistas realiza Fairclough (2003) al advertir sobre la necesidad de considerar que las identidades se construyen siempre en el discurso pero junto con otras dimensiones de prácticas materiales y efectivas.

Hechas estas aclaraciones, podemos entonces retomar la palabras de J. Butler cuando afirma que “...la performatividad debe entenderse , no como un “acto” singular y deliberado, sino antes bien como la práctica reiterativa y referencial mediante la cual el discurso produce los efectos que nombra.” (BUTLER, 2002: 18)

Además, sostiene esta autora, el género propio no se “hace” en soledad. Siempre se está “haciendo” con o para otro, aunque el otro sea solo imaginario (BUTLER, 2006: 13). Y aquí encontramos un nuevo punto de encuentro con los estudios críticos del discurso, que reivindican el carácter dialógico de todo enunciado; hablamos siempre para otra, anticipándonos, contestando o aceptando y reconociendo sus discursos anteriores. Y, en este marco también, poner en tensión la idea de que estas subjetividades se ponen en juego y emergen, pero no a partir de actos independientes, voluntarios y de libre albedrío. Son los discursos legítimos que se juegan en el orden social del discurso y las representaciones e identidades hegemónicas que allí se ponen en juego las que interpelan a los y las sujetos que interactúan socialmente.

Si el género es una norma , no podemos decir que es un modelo al que los individuos tratan de aproximarse. Por el contrario, es una forma de poder social que produce el campo inteligible de los sujetos y un aparato binario. Como norma que aparece independientemente de las prácticas que rige, su idealidad es el efecto reinstituído de aquellas prácticas. Esto no solo sugiere que la relación entre las prácticas y las idealizaciones bajo las cuales es contingente , sino que también la misma idealización puede ser puesta en cuestión y en crisis, sometiéndola potencialmente a una desidealización y a una desposesión. (BUTLER, 2006:78).

### **Los medios de comunicación y el gobierno de Cristina Fernández**

A fines de 2007 Cristina Fernández fue electa Presidenta de la Nación, con el 45% de los votos, derrotando a Elisa Carrió, de la Coalición Cívica, que obtuvo entonces el 23% y a Roberto Lavagna (UCR), que logró el 17%. Su llegada al gobierno estuvo precedida de una fuerte campaña mediática que hacía referencia al "matrimonio presidencial" y que advertía que el verdadero "hombre fuerte" del gobierno continuaba siendo Néstor Kirchner. Los primeros seis meses de gobierno estuvieron signados por el conflicto con los sectores agropecuarios, conocido como el "conflicto del campo", que se originó en marzo de 2008, cuando el ministro de Economía anunció un sistema de retenciones móviles a las exportaciones agrícolas, por el cual las tasas se incrementaban o disminuían de acuerdo con los precios internacionales. para la producción de soja, entre otros productos (conocido como la Resolución 125).

Esta decisión dio lugar a la organización y movilización de propietarios y productores agropecuarios a las que se sumaron distintos sectores de la ciudadanía y un amplio arco de la oposición política. Este conflicto desembocó en la presentación de un proyecto de ley ante el Parlamento y su posterior votación, en la que el vice-presidente de la Nación, como presidente del

Senado, definió la situación con su voto, en contra del proyecto de la presidenta Fernández de Kirchner. El kirchnerismo enfrentó esta crisis con una serie de significativas iniciativas políticas desde el Poder Ejecutivo. La transferencia de la aerolínea de bandera, privada, a manos del Estado fue sucedida por el anuncio de proyectos como el "Fútbol para Todos", el programa Asignación Universal por Hijo (programa de ingreso) y la presentación del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que marcó las relaciones con los medios masivos de comunicación. Esta ley fue aprobada, luego de una serie de audiencias a lo largo del país, en octubre de 2009; volveremos sobre ella más adelante.

En julio de 2010, se aprobó Ley de Matrimonio Igualitario, que permitió el matrimonio civil entre personas del mismo sexo. Previamente ese año se aprobó el programa Conectar-Igualdad que garantizó la distribución de netbooks para estudiantes de escuelas secundarias públicas de todo el país. Durante todo este período, en particular a partir del conflicto surgido con el conflicto del campo y, más profundamente, con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la relación del Poder Ejecutivo con la prensa escrita y con los medios audiovisuales atravesó momentos críticos. Paralelamente, se estrecharon los vínculos con los países del Mercosur y el UNASUR.

El 27 de octubre de 2010 se llevó a cabo el Censo Nacional. Ese mismo día falleció el ex-presidente Néstor C. Kirchner. Su muerte despierta una significativa –y para algunos, inesperada– reacción de afecto popular, en particular, en los grupos juveniles. Su funeral se extendió por más de dos días e innumerable cantidad de personas hizo horas de cola para despedirse del ex-presidente y manifestar su apoyo a la Presidenta de la Nación.

Pocos meses después, Cristina Fernández anunció su candidatura a la reelección; en 2011, triunfó en las elecciones, y obtuvo su reelección con el 54% de los votos. El enfrentamiento con los medios masivos de comunicación, en particular con el Grupo Clarín y el diario La Nación, se intensificó, tal como dan cuenta muchos de los discursos pronunciados por la entonces presidenta en Cadena Nacional (PÉREZ, 2017) .

Se puede decir que esta “disputa” surge poco antes de su primer gobierno, y llega a puntos críticos luego de la aprobación de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y reemplazó a la Ley de Radiodifusión 22.285, creada durante la última dictadura militar. Junto con la aprobación de la Ley, surge la eliminación del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) para así crear la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA).

Esta Ley y política de comunicación, surge de un reclamo de diversos especialistas en la temática y a partir de los 21 puntos que confeccionó la Coalición para una Radiodifusión Democrática, en conjunto con organizaciones sociales, quienes, en términos generales, denunciaban la existencia de una gran cantidad de medios hegemónicos e impedía la creación de nuevos medios y garantizar la pluralidad de voces.

Poco después de sancionada la ley en el año 2010, se suspendió la aplicación del artículo 161 tras un fallo de la Corte Suprema de Justicia. Este artículo disponía que los titulares de licencias que a la fecha de sanción no reúnan o no cumplan los requisitos previstos por la misma, o cuenten con una mayor cantidad de licencias autorizadas, debieran ajustarse a las disposiciones de la ley en un plazo no mayor a un año. Es a raíz de la gran cantidad de medidas cautelares presentadas por el Grupo Clarín, cuestionando aspectos en torno a este y otros artículos de la ley, que la plena aplicación de la misma

estuvo suspendida durante aproximadamente cuatro años (KITZBERGER, 2010) y luego definitivamente modificada por el gobierno de Mauricio Macri, durante el año 2016.

Otro hecho político que sirve para comprender la relación tensa entre el gobierno kirchnerista y los medios es el conflicto con los grandes productores agropecuarios que tuvo lugar entre marzo y junio del 2008. El Grupo Clarín realizó una importante cobertura, a través de su periódico y del canal de noticias TN; fueron el propio Néstor Kirchner y su grupo político, entonces, quienes en distintos actos políticos personalizaron e identificaron claramente el enfrentamiento político al exhibir carteles que decían “Clarín miente” y “Todo Negativo”, haciendo alusión al canal Todo Noticias del grupo. (KITZBERGER, 2011).

A raíz de esta tensa relación entre gobiernos-medios, también es importante resaltar que el gobierno kirchnerista no fue el primero en dar una pelea explícita a los medios masivos de comunicación –los gobiernos de Alfonsín y Menem, tuvieron episodios de conflictividad, aunque ninguno de ellos el protagonismo que alcanzó el kirchnerismo (KITZBERGER, 2011)-. Entonces, nos parece necesario remarcar que a partir de estos sucesos en los últimos años, se llegó a una instancia en donde resulta imposible pensar a los medios separados de la política. Tal como sostiene Iván Schuliaquer (2014), ha entrado en crisis la idea de medios neutrales y objetivos y entramos en una nueva arena comunicativo-mediática, con nuevos protagonistas.

### **La Revista Noticias y las tapas de las revistas**

La Revista Noticias –aunque ese es el modo en el que se la denomina en general, su nombre preciso es “Noticias de la semana”- es el medio con el cual hemos conformado nuestro corpus de análisis. Se trata de una revista semanal

argentina del tipo “revista de actualidad”, cuyo sumario, si bien contempla temas de interés general, presenta cierta orientación hacia el tratamiento de contenidos políticos. Consideramos, de hecho, que es este un rasgo que marca su identidad como medio<sup>5</sup>, entre otras razones porque, de modo recurrente, la nota central que se anticipa en tapa es una nota de actualidad política<sup>6</sup>. Es propiedad del grupo Perfil, que posee además diversas revistas, y un diario digital, que aparece impreso los fines de semana.

Desde el comienzo del segundo mandato de Cristina Fernández, el 10 de diciembre de 2011, hasta la finalización del mismo, el 9 de diciembre de 2015, 36 números de Noticias tuvieron en primera plana a Cristina Fernández de Kirchner. Al tratarse de una revista semanal, con estos números, se puede afirmar que, aproximadamente, CFK fue tapa una vez cada 45 días. Lo que nos proponemos, a través del análisis del corpus es observar las estrategias discursivas del medio con relación a la construcción de la imagen de Cristina Fernández de Kirchner, centrándonos exclusivamente en las portadas dedicadas a la ex presidenta.

Cabe destacar que consideramos que las tapas constituyen un dispositivo privilegiado para ver formas de construcción de significados y de identidades en juego (CINGOLANI, 2009), en tanto se comprueban en ellas redundancias relativas tanto a aspectos de la organización visual como a las

---

<sup>5</sup> Cabe recordar que pertenecía al staff de la Revista Noticias el fotógrafo José Luis Cabezas, que le había tomado una foto al empresario Alfredo Yabrán que fue tapa de la edición de la revista de 3 de marzo de 1996. Yabrán había sido mencionado por el Ministro de Economía Domingo Cavallo como “jefe de la mafia enquistada en el poder”. Su foto era un bien preciado por ese entonces. J. L. Cabezas fue asesinado el 25 de enero de 1997 y fueron enjuiciados por su asesinato policías integrantes de la Policía de la Provincia de Buenos Aires.

<sup>6</sup> Resulta interesante la idea que exponen Sofía Vasallo y María Elena Bitonte (2001) sobre la existencia de un diálogo que la Revista Noticias mantiene con la Revista Veintitrés, a través de sus tapas, en sucesivas ediciones, replicándose mutuamente los temas de actualidad política que van publicando en primera plana en lo que denominan como: una secuencia dialogal polémica.



tematizaciones desplegadas en imágenes y titulares. Si bien esta repetitividad contribuye tanto al refuerzo de determinados rasgos de la revista en tanto marca, como al establecimiento de un cierto pacto de lectura sostenido, en el caso de las revistas que conforman nuestro corpus observamos, a través de las reiteraciones, qué significados se producen y/o reproducen en las construcciones semióticas de una figura política desde una perspectiva de género.

Así, nuestro corpus se compone de esas 36 portadas, a las que abordaremos analíticamente desde una perspectiva discursiva y desde la semiótica de la multimodalidad.

### ***La metafunción representacional en los textos lingüísticos de las tapas***

En un primer acercamiento al corpus, exploramos los recursos lingüísticos que corresponden a las notas centrales de las tapas y su despliegue textual.

Para el análisis, hemos formulado una propuesta metodológica reconstruida a partir de los aportes de Fairclough (2003), Richardson (2007), Reisigl y Wodak (2001) y Wodak (2004), en articulación directa con los supuestos teóricos de la lingüística sistémico-funcional (HALLIDAY, 2004) y el análisis crítico del discurso feminista (LAZAR, 2004; WALSH, 2001) que concibe la dimensión social en términos semióticos, y describe el potencial de significado, las opciones o elecciones lingüísticas que están disponibles para construir significados en contextos particulares. Entonces, tomando las categorías de análisis que entran en diálogo con esta teoría, nos preguntamos cuáles son las estrategias referenciales y los recursos discursivos y retóricos principales que utiliza la revista *Noticias* para hacer referencia a Cristina Fernández de Kirchner, para luego reflexionar sobre los significados que allí

construye, y analizar las ideologías de género particulares y *topoi* sobre las identidades genéricas que evocan. Estos recursos, analizados desde una perspectiva de género permiten observar la traza y persistencia de algunos temas y tópicos transversales a lo largo de las 36 tapas que constituyen nuestro corpus, lo que en términos de Reisigl y Wodak (2001) serían cadenas textuales.

Para ello, proponemos un breve recorrido por las estrategias referenciales (los modos de denominación o referencia y las predicaciones) (REISIGL Y WODAK, 2001) y la sintaxis, a partir del estudio de la transitividad (FAIRCLOUGH, 2003).

En cada una de las tapas encontramos expresiones diferentes formas lingüísticas de realización que significan o representan a Cristina Fernández de Kirchner, es decir, distintos modos de denominación.

Al hablar de los modos de denominación nos referimos a la elección que hace el hablante/escritor de la expresión referencial para mencionar a los participantes de un evento en un texto escrito o para llamar su atención, en una interacción oral. La elección, como sabemos, no es arbitraria y supone un modo de clasificación o categorización social (HODGE Y KRESS, 1993). En el caso de las identidades y representaciones genéricas, el análisis de este mecanismo es particularmente productivo, ya que revela, no sólo la representación de los sujetos y la relación que se propone entre sí, sino también el tipo de relaciones genéricas y de jerarquías que el/la hablante están proponiendo y construyendo (LAKOFF, 2003).

Así, si revisamos todos los textos lingüísticos que aparecen en las 36 tapas, encontramos 56 expresiones nominales (nombres propios y frases definidas) para hacer referencia a Cristina Fernández.

Modos de referencia	Ocurrencias
CFK	16
Cristina	23
La Presidenta	12
Cristina Kirchner	1
La reina	1
La insólita diva de la TV	1
La Dueña	1
La madre	1
Total	56

Cuadro 1. Referencia

Se presenta a Cristina Fernández a partir del cargo que ejerce en 12 ocasiones (28%), mientras que se la denomina a partir de su nombre propio (más allá de que sea su nombre completo o no) en 40 ocasiones (70%). Es decir, se privilegia su construcción como "persona" o individuo, antes que la función que desempeña o el cargo que ocupa como Presidenta de la Nación.

Una mención aparte requieren las frases nominales definidas. En dos de los casos, "la madre" y "la insólita diva de la TV", se privilegia en la estrategia referencial su rol materno, por un lado, y una presentación como "frívola" o "superficial", asociada a la denominación diva y al mundo de las celebridades. Por otro lado, tenemos dos referencias que pueden leerse en clave intertextual. "La reina", en el titular *La reina está desnuda*, que evoca al personaje del cuento de hadas de Hans Christian Andersen, *El traje nuevo del Emperador*, también conocido como *El rey desnudo*. Se la presenta entonces como la protagonista de ese cuento, en el que todo un pueblo le dice al rey lo que éste quiere

escuchar, por temor a las represalias que ocurren en caso de decir la verdad. Además de las formas de denominación, examinamos las predicaciones nominales y verbales. Se dice de Cristina Fernández que posee los siguientes atributos: sola, poderosa, nerviosa, al borde de la caricatura, desenfadada, sensual, procaz, viuda, hot, mística, desnuda, fuera de sí, enojada.

Si agrupamos estas predicaciones, encontramos que algunas de ellas refieren a aspectos de su cuerpo y su sexualidad (desenfadada, sensual, procaz, hot, desnuda), otros están asociadas a la razón y la situación emocional (nerviosa, mística, enojada) y dos de ellas refieren a su situación relacional (sola, viuda).

Regresaremos luego sobre los temas o tópicos que configuran los estereotipos de género y política, que aparecen de manera recurrente, en el campo retórico. Veremos que estas predicaciones son parte constitutiva de los recursos, los lugares comunes y estereotipos, que evocan en cada oportunidad.

En una segunda etapa, abordamos el significado representacional a partir del estudio del plano de la expresión léxico-gramatical, a partir lo que N. Fairclough (2003) denomina la "gramática de la transitividad". Esta recupera los elementos teóricos gramaticales básicos que propone la lingüística sistémico-funcional (HALLIDAY, 1994).

Como uno de los puntos centrales de dicha gramática, se encuentra la idea de que la unidad de comunicación mínima, en términos gramaticales, es la "cláusula"; así, se habla de la "cláusula como representación". Para comunicar el modo en el que ve o cree respecto de lo que ocurre en el mundo, el hablante representa hechos y recurre para ello a dos tipos de categorías: los procesos y los participantes. Los procesos son las acciones o hechos ocurridos y los participantes son aquellas entidades o individuos involucrados en dicho proceso. Cuando un hablante desea significar un hecho acontecido, una acción,

sólo puede hacerlo mediante la codificación de estas dos categorías. M. A. K. Halliday propone distinguir, en el ámbito de los participantes, las siguientes categorías: Actor (quien desarrolla la acción, humano, con voluntad e intención de actuar); Beneficiario (el afectado positiva o negativamente por la acción o suceso en el que está involucrado); Meta (entidad afectada por el proceso); Instrumento (entidad o cosa que de algún modo colabora con la concreción de la acción o proceso que se refiere). Las acciones, hechos o procesos referidos también son clasificados, de acuerdo con características de orden semántico. Así, hay *procesos materiales*, en los que la acción es desarrollada por un Actor (en estos casos, pueden afectar o no a un segundo actor, el Beneficiario o Paciente); los *procesos mentales*, en los que no hay una acción que afecta a un actor o entidad, sino que hay un fenómeno de orden cognitivo o perceptivo experimentado por un ser humano; *procesos de relación*, mediante los cuales el hablante atribuye relaciones o clasificaciones y *procesos de conducta*, vinculados con acciones semióticas o de orden cognitiva.

En síntesis, el análisis de las cláusulas de un texto, estudiada en términos de procesos y participantes, nos permite estudiar de qué modo un actor/locutor construye la representación de los actores y las acciones sociales que comunica en su discurso.

Segmentamos, así, los textos lingüísticos de las tapas. Buscamos identificar las unidades léxico-gramaticales, a saber, las cláusulas en las que ocurría alguna de las expresiones referenciales o formas pronominales correspondientes que incluyeran como Participante (en cualquier rol) alguna frase nominal que refiriera Cristina Fernández. Sin embargo, las características del género "Tapa de revistas" no solo incluye oraciones bimembres, estructura sintáctica básica, sino que favorece la inclusión de Grupos Nominales como entidades sintácticas autónomas, ya sea en el titular, la bajada o la volanta

(NADAL BALAZÓN, 2008). La característica central más destacada de los grupos nominales, con funcionamiento sintáctico autónomo, a lo largo de nuestro corpus es el predominio de Grupos Nominales de la forma Núcleo + Frase preposicional, encabezada por la preposición “de”.

Es importante destacar aquí que M.A.K. Halliday (2004), caracteriza a las frases preposicionales como “cláusula en miniatura” y afirma que este tipo de frases constituyen una contracción de la cláusula. La Nueva Gramática de la Lengua Española examina los grupos preposicionales del español y los agrupa en (i) nominalizaciones, (ii) sustantivos con complemento de régimen y (iii) nombre de significado relacional. Algunos nombres, advierte, poseen argumentos que encajan en más de un grupo.

Respecto del significado y los usos de la preposición “DE”, que es la que nos interesa en este caso, la Real Academia Española (RAE, 2009b:856) advierte sobre la multiplicidad de usos, como introductora de complementos apositivos, como equivalente de genitivo, entre otros. Además, introducen complementos que designan la persona o la cosa que posee algo o lo que se caracteriza por esa propiedad, la propiedad atribuida, el contenido que caracteriza a algo, la materia de la que está hecho, entre otras (RAE, 2009a:2263).

Así, vemos que la forma N + FP (de + X) es un recurso sintáctico muy productivo para los titulares.

En nuestro corpus encontramos 45 cláusulas y 24 grupos nominales que refieren, como unidades autónomas, a Cristina Fernández.

Una vez realizado el análisis de las cláusulas, en los términos propuestos por la gramática de la transitividad, encontramos que 32 cláusulas tienen como participante agente/actor a Cristina Fernández. De ellas, 16 corresponden a procesos materiales, por lo que aparece como “actor” propiamente dicha.

¿Qué hace este “actor”, Cristina Fernández? Realiza acciones vinculadas con el gobierno y el ejercicio del poder (ejemplo A) o con el dinero (ejemplo B).

A. *CFK retoma la presidencia*

B. *CFK busca quién pagará sus pasajes en avión.*

Mientras que los procesos mentales están relacionados también, directamente, con su accionar en el ejercicio del poder.

C. *Por primera vez, la Presidenta evalúa un escenario de derrota.*

Los procesos relacionales atributivos funcionan para presentar características de la Presidenta, que están en sintonía con lo analizado en el apartado de predicaciones.

D. *Está fuera de sí.*

E. *Tuvo miedo.*

Por último, aparecen pocos procesos verbales (cinco) que contribuyen a su representación como persona agresiva y sola.

F. *Ella dice: “Néstor dio la vida y yo la salud y nadie reconoce nada”.*

G. *El día que la presidenta dijo: ¿Quieren revolver mierda? ¡Revolvamos mierda!*

De particular interés resultan los grupos nominales con frases preposicionales que funcionan, en la mayoría de los casos, como “Titulares”. Veamos algunos de ellos.

H. *El país falso de Cristina,*

I. *El goce de Cristina*

- J. La furia de Cristina
- K. La segunda soledad de Cristina.
- L. Los 60 de Cristina.
- M. El default emocional de Cristina
- N. El juego suicida de Cristina.

Retomando la afirmación de M.A.K. Halliday, sobre las frases preposicionales como "cláusulas reducidas", podemos ver en este recurso un mecanismo productivo de sentido. Las frases preposicionales constituyen una compresión de una cláusula relacional, que funciona como posesivo (*Cristina tiene 60*), como atributivo (Cristina está furiosa) o como nominalización de un proceso, *Cristina goza*.

Elegir una frase nominal, encabezada por un determinante que es un artículo definido genera un efecto de sentido central en el funcionamiento ideológico del discurso. La presuposición de unicidad y existencia como significado asociado al significado del artículo convierte en verdad aceptada por lectores una entidad que en realidad es un proceso. Así, no se pone en discusión si Cristina sufre un default emocional, se da por supuesto y compartido. Y sobre ese tema, introducido ya como tópico y naturalizado como representación, se avanzará en la construcción de la noticia.

Los tópicos evocados aquí son consistentes con los evocados y recuperados, explícitamente, cuando analizamos las predicaciones.

Se construye la imagen de una dirigente política, la Presidenta de la Nación, tal como se infiere de las estrategias referenciales, que es presentada como irracional -fuera de sí, furiosa, con 'default emocional'-, frívola (gastadora), sola (viuda) y débil. Cada una de estas caracterizaciones recupera los lugares comunes que asocian la mujer a la debilidad, la irracionalidad, la



sensibilidad; es decir, cada una de estas formulaciones contribuye a construir la representación de una persona que reúne características que la distinguen, la oponen a la representación hegemónica del líder político (CHARAUDEAU, 2005).

### ***La metafunción representacional en las imágenes de las tapas***

Hay diferentes formas de realización de representaciones en el modo imagen -que son aquellas que construyen significados ideacionales- según Kress y van Leeuwen (2004), como señalábamos anteriormente. La metafunción representacional es la que refiere a los participantes representados, es decir, la gente, los lugares y los objetos que pueden verse dentro de la imagen.

Dentro de esta metafunción y según si los participantes se encuentran realizando acciones o no, pueden distinguirse dos tipos de estructuras: las *estructuras narrativas* y las *estructuras conceptuales*. En el plano visual, esto tiene que ver con que la imagen sea procesual o clasificatoria, respectivamente. Siguiendo con esta perspectiva (Kress y van Leeuwen, 2004), las imágenes narrativas son las que designan acciones sociales, y las conceptuales designan constructos sociales. Las imágenes narrativas permiten a los observadores crear una historia sobre los participantes, porque incluyen vectores de movimiento, en tanto las imágenes conceptuales no incluyen vectores y los participantes suelen ser agrupados para presentar al observador el "concepto" de quién o qué representan. Además, las representaciones narrativas son personales, mientras que las conceptuales son impersonales.

Ahora bien, es importante también para el análisis la subclasificación de las narrativas entre las que remiten a acciones (que pueden ser transaccionales o no transaccionales) y las que representan reacciones (también transaccionales o no transaccionales).

El esquema de acción transaccional en la diagramación se forma a partir de un elemento que toma el rol de acto o hecho (deed) y funciona como vector, usualmente trazando una línea diagonal que conecta dos participantes: actor y meta. Responde a lo que en términos lingüísticos representa un verbo de acción, un proceso/acción material, donde hay un participante en rol activo (actor) y uno pasivo (paciente o meta).

Si se da el caso de que ambos participantes son activos (actores), es decir toman roles de acción, hay interacción, o acción bidireccional.

El esquema de acción no transaccional, en cambio, implica que un vector emana del participante actor, pero no apunta a ningún otro participante (elemento).

La reacción, por su parte, consiste en una narrativa creada solo por las miradas que actúan como vectores. También puede ser transaccional, si un participante dirige la mirada a otro participante, en esa conexión un participante es el fenómeno y el otro es el reactor. O puede darse una narración reactiva no transaccional, en caso de que la línea de la mirada no sea dirigida a ningún participante. Este proceso puede llevar solo un participante, su mirada crea un vector que responde a una acción mental o a una acción de comportamiento, en este sentido, puede tratarse de representaciones en el campo de lo psicológico.

Las representaciones conceptuales, en cambio, remiten a los participantes en términos de a qué clase pertenecen (procesos clasificatorios), de qué elementos están compuestos y/o qué atributos tienen (procesos analíticos), o qué son (procesos simbólicos). Así, los participantes se relacionan entre ellos en términos de especies, taxonomías y esencias. Son imágenes usualmente utilizadas en avisos publicitarios que presentan tipos de productos y tipos de personas que se distinguen por usar/ser esos productos. O las

clásicas imágenes que presentan diagramas en forma arbórea, en posición vertical.

Finalmente, las imágenes narrativas se caracterizan por ser dinámicas y dramáticas, y las conceptuales, estáticas, y estables. Es, entonces, en este aparato categorial en el que nos centraremos para el análisis, dado que nos habilita a reconocer las estrategias semióticas de construcción de Cristina Fernández de Kirchner en la composición de las portadas de la revista *Noticias*.

Lo primero que nos preguntamos, para el abordaje analítico centrado en los recursos semióticos visuales, consiste en qué puede verse en estas tapas respecto de estas formas de representación. Esto implica observar qué participantes hay, y en qué roles. Si entre los participantes pueden advertirse acciones o reacciones estaríamos frente a estructuras narrativas. Si sobre los participantes hay operaciones de clasificación o analíticas, estamos frente al establecimiento de estructuras conceptuales.

En primer lugar es importante destacar que se constata en 30 de las 36 tapas que la imagen de Cristina Fernández de Kirchner -en diferentes versiones, fotográficas o ilustraciones, y en diferentes encuadres, de primer plano del rostro o de cuerpo entero, o caracterizada- es la participante central. En otras 4 tapas está la imagen del rostro de la ex presidenta en un segundo plano; y las 2 restantes tienen como imágenes principales: el dibujo de un corazón y la fotografía de unas piernas de mujer, actuando, ambos elementos, retóricamente como metonimias de la figura de la ex presidenta.

Si recorriéramos tapa por tapa, siguiendo la línea de tiempo, podríamos observar en el comienzo dos tapas que se pueden clasificar como conceptuales, luego se siguen quince tapas de estructura narrativa, luego cuatro tapas conceptuales aparecen seguidas (entre septiembre y noviembre de 2013), y para las últimas se vuelve a la estructura narrativa hasta el final del corpus.

Como vemos, no es mayoritario el uso de la estructura conceptual (6 casos) frente a la estructura narrativa (30 casos). Y esto nos acerca un primer dato considerable: la revista no nos ofrece decirnos quién es la participante principal, en términos de esencia o tipo, sino qué le pasa, qué estados transita y cómo se relaciona con otros. A partir de este primer punto, podría suponerse que se muestra a una figura activa, o sea, realizando algún tipo de acciones, haciendo algo, actuando o interactuando.

Una breve mención, antes de desarrollar este punto, acerca de las tapas de estructura conceptual. Encontramos en ellas 4 casos que podríamos ponderar como analíticos, es decir, referentes a qué elementos componen a la participante, y dos simbólicos atributivos, es decir, referidos a lo que la participante es. Recordemos que dos de estas son las primeras tapas que integran el corpus, por lo tanto, las primeras que la revista *Notícias* dedica a Cristina Fernández luego de asumir su mandato en diciembre de 2011. Estamos, entonces, frente a un recurso de construcción de la figura en tanto concepto. En esas dos tapas se muestran dos rasgos salientes: los órganos de la laringe y garganta vistas por dentro del cuello de Cristina Fernández, en la primera, y la boca cerrada y pintada de rojo, en la segunda; mientras que el resto del rostro está difuso bajo un sombreado, oscuro y blanco respectivamente. Sujeto de disección en una imagen, labios maquillados en la otra, en ambos casos la mirada fuga fuera del cuadro, pero esquivo constituirse en el vector directo frontal de mirada hacia el lector. Además, la mirada pasa a un segundo plano, está velada (si la consideráramos como un vector sin destinatario meta, clasificaríamos estas imágenes como narrativas de reacción no transaccionales, es decir, también estáticas, pero colocando a la participante en estado de realización de algún tipo de proceso. Optamos por considerarlas como conceptuales, dado que lo que se prioriza es el rostro como soporte de

exhibición de algún carácter o atributo). En las siguientes tapas conceptuales - ostensiblemente impersonales- los elementos que actúan como participantes centrales son: el dibujo del órgano del corazón, traslúcido con fondo negro, como evocando un estudio médico; la foto de primerísimo primer plano de Cristina Fernández con lentes oscuros para el sol y la boca tapada por el titular de la tapa; una foto de un cuerpo de mujer de pie de la cintura para abajo usando calzas negras; y Cristina Fernández de pie y perfil vista "por dentro" como radiografiada en la parte de la columna vertebral, costillas y cerebro. En todos estos casos hay una construcción de significado de parte por el todo, en una composición analítica, a la que se suma un componente atributivo simbólico, en el caso de los labios y las piernas vestidas con calzas, que refuerza determinados estereotipos de género. Cristina Fernández aparece: sola, inaccesible, pero íntima. Los labios rojos, la parte inferior del cuerpo con ropa ajustada, los lentes oscuros con la boca tapada por las letras del titular y los órganos internos de la mujer, constituyen un recorrido que va de lo más personal a lo más impersonal, y de lo sensual a lo médico. El significado que se produce es el de una mujer a la que no se puede acceder porque su mirada no se encuentra nunca en vector interactivo, lo que indicaría comunicación, pero que, no obstante, es vista en ropa informal y es vista también por dentro. El medio se posiciona enunciativamente como quien muestra a este sujeto de ocultamiento en sus rasgos más privados. La salud, la sensualidad, y el ocultamiento de la mirada, decíamos, rasgo representacional de la posibilidad de comunicación, sinceridad, y contacto, son los componentes que constituyen el significado central. ¿Quién es esta mujer? Una mujer sexuada, insana, en silencio, e inhabilitada de contacto visual.

Ahora bien, volvamos a las estructuras narrativas de estas tapas, y cambiemos la pregunta por ¿Qué hace esta mujer? En primer lugar,

encontramos que estas portadas tienen una particularidad que nos llamó la atención: fue difícil comenzar a analizar el corpus en esta clave visual, creemos, precisamente, porque si bien lo que aparecía en cada imagen era la oferta de una historia, es decir, los participantes relacionados mediante algún tipo de vectores, no hay movimiento. Resulta que los procesos que se pueden observar no implican procesos de acción transaccionales - representando procesos materiales-, ni interacciones, o acciones bidireccionales, de las cuales registramos solamente tres: un abrazo de Cristina Fernández con su hijo Máximo, un fotomontaje en el que se sostienen la mano mutuamente con su hija Florencia, y la última tapa del corpus, en la que se da un apretón de manos con el presidente electo Mauricio Macri.

Es decir, de 30 tapas narrativas no hay ninguna en la que la protagonista esté realizando una acción material sobre otro elemento. Hay dos en las que interactúa con su hijo y su hija, y una única interacción por fuera de su rol materno, que es en el momento en la que ya ha dejado de ser presidenta. ¿Qué hace esta mujer, nos preguntábamos? No realiza acciones que transformen el mundo, y no interactúa de modo bidireccional salvo con sus hijos. Pero prosigamos.

Tomando las 28 tapas restantes, lo que podemos encontrar es: en el total de ellas hay procesos de reacción, es decir, aquellos en los que el vector está formado por la mirada de Cristina Fernández. Pero solo en tres esa mirada es transaccional, es decir, hay un elemento/participante dentro del cuadro que recibe esa mirada. Éstos son, mediante fotomontaje, Daniel Scioli<sup>7</sup> en dos ocasiones, y Axel Kicillof<sup>8</sup> en una. En las dos primeras el gesto hacia el entonces gobernador de la provincia de Buenos Aires es duro, de disgusto. En cuanto al

---

<sup>7</sup> En ese entonces, gobernador de la Provincia de Buenos Aires y candidato a sucesor.

<sup>8</sup> Ministro de Economía.

entonces ministro de Economía, el gesto que le dirige es de aspecto positivo. En las tres situaciones se enfatiza la relación de poder de absoluta desigualdad, la figura de Cristina Fernández aparece, siempre fotomontaje mediante, desde afuera de la escena, fantasmagórica podríamos decir, y en un caso caracterizada como la Reina mala del cuento tradicional Blancanieves -en intertextualidad manifiesta con la versión de estudios cinematográficos Disney-. En ningún caso hay devolución o encuentro de esa mirada que emite la protagonista por parte de sus destinatarios.

En las otras 25 tapas narrativas del corpus hay procesos de reacción no transaccional, es decir, el vector de la mirada no tiene ningún punto de apoyo, sino que se construye una línea que se pierde fuera de los límites del cuadro. Tampoco hay vector creado entre la mirada de la protagonista de la tapa y el lector.

Finalmente, en cuanto a los procesos de acción, en los que la figura de Cristina Fernández se encuentra haciendo alguna actividad que no sea la centrada en la mirada o las ya mencionadas con sus hijos o con M. Macri<sup>9</sup>, podemos distinguir las tapas en las que está en movimiento, y aquellas en las que está realizando algún gesto con la mano. En las que está en movimiento, se encuentra acompañada, y son tres casos. Una en la que camina hacia adelante, en el centro, flanqueada por el entonces presidente de Venezuela Hugo Chávez y de Néstor Kirchner. Señala con la mano y la mirada hacia un punto que no se ve, fuera de cuadro. En otra, viaja en un tren junto a dos funcionarios, también en el centro, mira hacia su mano que está tomada de la manija que pende del techo. En la tercera camina junto a Carlos Zannini -secretario Legal y Técnico de la presidencia-, él va detrás de ella. Ella mira hacia abajo, y Zannini mira hacia la

---

<sup>9</sup> Jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2011-2015) y candidato del partido de derecha PRO a la presidencia de la Nación. Desde 2016, presidente de la Rep. Argentina.

espalda de Cristina Fernández. En el resto no hay interacción entre participantes, no hay vectores de conexión.

Y en las tapas en las que no está en movimiento, podemos registrar acciones marcadas por los vectores del gesto, principalmente concentrado en sus manos. Entonces, lo que llama la atención allí, es que son gestos vueltos sobre la propia figura, la protagonista es participante y meta, a saber: se muerde el dedo caracterizada como la enfermera de los afiches que piden silencio en los hospitales; se apunta a la sien como si la mano fuera una pistola con la que suicidarse; se arregla el pelo colocándolo detrás de las orejas y mostrando los aros que usa; se sostiene una bandera en torno a los hombros como si fuera un chal, en posición abatida; se toca los hombros; se abraza las piernas mientras se exhibe sentada, desnuda, evocando el afiche cinematográfico de "Striptease". La tapa donde se retrata el "autogoce" mediante dibujo caricaturesco es el exponente más concreto de este anudamiento de significados. Las acciones que realiza la entonces presidenta son para sí misma. Finalmente, mencionar el resto de las tapas donde aparece sola, o en dos casos, acompañada de sí misma, dado que su imagen se ve replicada varias veces. En esas imágenes podemos verla: frente a su torta de cumpleaños con las velas prendidas; en varias tomas de gestualidad expresiva en su rostro acorde a un proceso de habla; con los brazos extendidos sobre una cruz, crucificada pero con gesto de congoja en la boca; de pie en posición de posar frente al público con el brazo extendido y los dedos en v; caracterizada por una imitadora en posición de hablarle al público, con brazo extendido y banda presidencial; de pie frente a una pila de bolsos y equipaje -y sosteniendo un bolso de mano-; con gesto pensativo, apoyando el mentón sobre la mano, y -mediante fotomontaje- vemos como su cabeza se arma como si fuera un rompecabezas en el que una pinza mueve piezas. En síntesis, en las situaciones



de actuación pública, Cristina Fernández se muestra sin público. En las propias de la vida privada, también se la ve sin compañía. Si habla, habla para nadie. Si no, está pensando, pero si se representa su mente, se la construye como si le faltaran piezas.

Entonces, qué imagen ofrecen las tapas de *Noticias* en términos de procesos: las de una historia en la que la protagonista no es presentada interaccionalmente, en relación con otros, a pesar de que en 13 tapas del total del corpus, podemos ver a Cristina Fernández acompañada de otras personas. Tampoco realizando acciones materiales. Sino como una participante sola de la que emana una mirada sin destinatario, sin punto de anclaje. Es, además, en líneas generales y en este mismo sentido, una narrativa que representa principalmente en procesos mentales o comportamentales. En términos de van Leeuwen y Kress (2004), organizada como procesos de reacción no transaccionales.

Las tapas de la revista *Noticias* son un artefacto semiótico, ostensiblemente semiótico, y sus imágenes están construidas mediante un conjunto de recursos que no proponen una lectura naturalista, ni un punto de vista validado desde el valor testimonial, denotativo, de la imagen. En cambio, el significado es construido mediante los acentuados signos que permite el montaje. En este marco, un recurso presente en las tapas seleccionadas a continuación es el de la intertextualidad manifiesta. Es decir, hay signos en esta imagen que tienen una procedencia reconocible de otros textos. La idea de procedencia indica que trasladamos elementos significativos de un contexto a otro (áreas, grupos sociales, culturas). Esta idea remite al concepto de intertextualidad, en tanto este indica que diferentes voces y estilos que se asocian a determinados tipos de textos pueden incorporarse en otros tipos de discursos. Así los textos reacentúan y reestructuran textos pasados

produciendo nuevos sentidos. Conjuntamente tomamos la idea de *interdiscursividad*, que propone el análisis de la combinación de géneros o discursos diferentes que se muestran articulados en un texto (FAIRCLOUGH, 1995, 1999, 2003). La interdiscursividad refiere a una intertextualidad que no es manifiesta, sino constitutiva del texto (FAIRCLOUGH, 1992).

En todos los casos que hemos identificado el campo de procedencia, atendiendo a la organización visual, es el del afiche cinematográfico o televisivo: *Blancanieves*, las telenovelas argentinas *El Elegido* y *La Dueña*, y las películas hollywoodenses *Striptease* y *La Pasión de Cristo*.

¿Qué significado construye esto en términos intertextuales, más allá del caso puntual de cada una de las ficciones citadas o evocadas? El del mundo de la ficción, precisamente. La presidenta Cristina Fernández como protagonista, indudablemente se presenta a su rol con el centralismo propio de una estrella de cine, pero, por lo mismo, protagonista de un relato.

Si esto se pone en relación con las representaciones observadas a lo largo de este análisis, que presentan a una mujer en indefectiblemente soledad, en posición no transaccional aún allí donde está rodeada de gente. Sin interacción, ni contacto visual. Cuyos vectores de acción no tienen en general participante meta o destinatario, salvo en cinco casos: dos en los que se la presenta con sus hijos, dos en los que está en relación con Daniel Scioli, y una en relación con Mauricio Macri, última tapa, de situación de traspaso de mando con el presidente electo antes de que deje la presidencia.

En síntesis, lo que encontramos como resultados en este punto del análisis visual del corpus, en términos de participantes representados, sus acciones y sus relaciones, es que se presenta a Cristina Fernández de Kirchner como una figura central, pero mostrada en su soledad. Ese significado es reforzado porque las otras dos variantes son, o ella está rodeada de otros con

quienes no hay interacción, o está rodeada de su propia imagen en eco. Es más que la soledad, el signo a construir es de un sujeto, *una* sujeto mujer en este caso, que está aislada, y vuelta sobre sí misma. Cuando realiza algo, lo realiza para sí. Es como si el poder la hubiera dejado sola, e incomunicada. A esa mujer sola, se la puede diseccionar, y se la puede exponer en sus rasgos íntimos. No tiene público, ni diálogos. No da, ni recibe. Solo se la vuelve a ver interactuar y con el vector de la mirada dirigido hacia el lector una vez que ha dejado de ser presidenta.

### **Conclusiones**

Si ponemos en relación los hallazgos relativos a los significados construidos en el modo lingüístico, donde aparece la tematización de la salud, la salud mental en particular, y de la sexualidad en términos de relación con el poder, con los significados del modo visual, centrados en la soledad, el silencio y la intimidad, encontramos un encadenamiento de significados que se refuerzan entre sí. Se trata de una mujer inaccesible, pero, paradójicamente, mostrada desde ciertos atributos de su sensualidad, su interior, su maternidad y su aislamiento en el poder. Todos estos significados desaparecen en la última tapa del corpus, en la que yo no es retratada como presidenta, precisamente. Más allá de los temas de agenda que pueda aspirar a seguir el medio de comunicación, semana a semana, consideramos que lo que podemos ver, siguiendo la línea de tiempo del periodo que abarca el corpus, es una editorialización de traza continua.

Las "mujeres ingobernables" (*unruly women*) suponen una amenaza al *statu quo*. Las mujeres deseantes, con iniciativa de acción, constituyen un desafío al orden establecido en términos de roles, pero, al mismo tiempo, la ubican en un espacio del orden de lo privado y lo íntimo. La sexualización de

Cristina, el representarla como mujer deseante/deseada, como estrategia, conduce a evocar como significado a la mujer como objeto, lo que lleva a anular su capacidad de decisión y su raciocinio, como se verifica en la tapa del 27 de septiembre, *Nueva dieta, nueva terapia. Nueva CFK. Sexualización y objetificación* anulan a la mujer como sujeto y, por tanto como actor político. Y en el caso de las mujeres líderes, estas estrategias contribuyen a debilitar su imagen, en la medida en que ponen en cuestión su capacidad de conducción y su "racionalidad" en la toma de decisiones.

En contraste, los medios tienden a valorar positivamente aquellas imágenes en las que las mujeres aparecen en el marco de narrativas tradicionales, como protagonistas de escenas familiares. Asociadas al lugar de subordinación y sostén de la vida doméstica, como novias, esposas o madres, en lo que algunos estudios reconocen como la figura de la *beauty queen* o reina de belleza, se evoca la figura del "ángel del hogar", que aparece con frecuencia en el arte y la literatura occidental. La figura de la "reina de belleza", lugar común del discurso masculinista reproducido en los mass media recupera y valora positivamente todos los rasgos asociados a los estereotipos de femineidad: fragilidad, belleza –clásica–, juventud, emociones como la ternura, la dulzura, maternidad, debilidad (en comparación con figuras masculinas), falta de independencia, heterosexualidad normativa y castidad, entre otras.

Cuando se trata de presentar a Cristina Fernández en relación con los atributos clásicos del estereotipo femenino, su representación está asociada en todos los casos a los *topoi* valorados negativamente. Superficialidad, caprichos, banalidad, coquetería excesiva. Cuando Cristina Fernández es evocada como madre y como pareja, lo es también en contextos de valoración negativa. O bien, como mujer viuda que busca/necesita sustitutos, o bien como madre de un "clan" o de una asociación alejada de los valores de la familia. En esta clave

podemos leer las tapas que la ubican junto a C. Zannini o que hablan del “elegido”, por un lado, y las que la denominan como “la Dueña” –en clave intertextual con la telenovela que a la vez evocaba la vida de E. Herrera de Noble.

Vemos entonces que la revista *Notícias* apela a diferentes recursos semióticos y estrategias discursivas, especialmente a partir de la evocación de significados que ponen en tensión aspectos de la esfera de lo personal/privado con su rol político/público: su salud mental; sus relaciones personales y familiares; sus emociones y su sexualidad. Se reproducen y refuerzan de esta manera estereotipos de género hegemónicos en tanto contribuyen a la representación de una mujer pasional, irracional y erotizada, valores que entran en contradicción con los discursos hegemónicos masculinistas asociados al liderazgo político y a la esfera pública de gobierno.

Y cuando se la representa desde los valores asociados a la figura tradicional de mujer, se exacerbaban los valores negativos de la figura evocada.

Como mujer, es una “mala mujer”; como política, tiene los atributos de las mujeres que la expulsan de la escena de lo público/político como espacio de la razón y del orden asexuado, que, como hemos visto, es, en realidad masculinizado.

De esa manera, se busca poner orden en una escena política en la que emerge una representación inesperada, una mujer ejerciendo el poder político desde el máximo puesto del Estado, sin subordinar su subjetividad personal y política a las razones impuestas desde el orden político y discursivo conservador.

Al mismo tiempo, al evocar estos significados como parte de lo estatuido socialmente, se los reproduce y refuerza. Las mujeres poseen características específicas, dice el discurso hegemónico masculinista, que la excluyen *per se*

del espacio público y de la política. Ni siquiera las “buenas mujeres”, nos recuerda *Notícias*, mediante sus significados evocados, reúnen las condiciones para ejercer el poder. Y en esa doble operación contribuyen, una vez más, a reproducir este discurso sexista.

### Referencias

BAXTER, Judith. **Speaking out. The female voice in public contexts**. Nueva York: Palgrave Macmillan, 2006.

BUTLER, Judith. **Deshacer el género**. Buenos Aires: Paidós, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Le discours politique. Les masques du pouvoir**. Paris: Vuibert, 2005.

CHOULIARAKI, Lilie; FAIRCLOUGH, Norman. **Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis**. Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 1999.

CINGOLANI, Gastón. Tapas de semanarios en el siglo XX: historia discursiva de un dispositivo y dos medios. **Revista Figuraciones**, Buenos Aires, N°5, 2009.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discourse and social change**. Cambridge: Polity Press, 1992.

FAIRCLOUGH, Norman. **Media discourse**. Londres: Hodder Arnold, 1995.

FAIRCLOUGH, Norman. **Analysing discourse. Textual analysis for social research**. Londres: Routledge, 2003.

HALLIDAY, M.A.K **An Introduction to Functional Grammar**. Londres: Hodder Education, 2004.

Kitzberger, Philip "The Media Activism of Latin América's Leftist Governments: Does Ideology Matter?", **GIGA-Working Paper**, Hamburgo, Nº 151, 2010.

KITZBERGER, Philip. La madre de todas las batallas: El Kirchnerismo y los medios de comunicación. En DELUCA, Miguel; MALAMUD, Andrés. **La política en tiempos de los Kirchner**. Buenos Aires: Eudeba, 2011.

KRESS, Gunther. **Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication**. Londres: Routledge, 2010.

KRESS G.; VAN LEEUWEN, Theo. **Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication**. Londres: Arnold, 2001.

KRESS G.; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images. The Grammar of Visual Design**. Londres: Routledge, 2004.

LAKOFF, Robin. Language, Gender, and Politics: Putting "Women" and "Power" in the Same Sentence. En HOLMES, J. y MEYERHOFF, M. (ed.). **The Handbook of Language and Gender**. Londres: Blackwell, 2003.

LITOSSELITI, Lia. Constructing Gender in Public Arguments: The Female Voice as Emotional Voice. En: BAXTER, Judith (ed.), **Speaking out. The Female Voice in Public Contexts**. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2006.

MARRA, Meredith; SCHNURR, Stephanie; HOLMES, Janet. Effective Leadership in New Zealand Workplaces: Balancing Gender and Role. En: BAXTER, Judith (ed.), **Speaking out. The Female Voice in Public Contexts**. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2006.

NADAL BALAZÓN, Juan. Verdades a medias: la nominalización de verbal en los titulares periodísticos. **Comunicación y sociedad. Nueva época**, Universidad de Guadalajara. Nº9, 2008.

PEREZ, Sara Isabel. Genre et discours politique en Argentine. La construction du leadership de Cristina F. de Kirchner. En DONOT, M.; LE BART, C.; SERRANO, Y.

(dir.) **Discours, identité et leadership présidentiel en Amérique Latine.** Paris: L'Harmattan, 2017.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. **Nueva gramática de la lengua española. Vol I. Morfología-Sintaxis I.** Asociación de Academias de la Lengua Española. Madrid, 2006.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. **Nueva gramática de la lengua española. Vol II. Sintaxis II.** Asociación de Academias de la Lengua Española. Madrid, 2006.

SCHOULIAQUER, Iván. **El poder de los medios. Seis intelectuales en busca de definiciones.** Buenos Aires: Capital Intelectual, 2014.

VAN LEEUWEN, Theo. **Introducing Social Semiotics.** Londres: Routledge, 2008.

VASALLO, María Sofía y BITONTE, María Elena. Estrategias e interpelación a los lectores en revistas de actualidad. **Revista Figuraciones,** Buenos Aires, N°9, 2011.

WALSH, Clare. **Gender and Discourse. Language and Power in Politics, the Church and Organisations.** Londres: Longman, 2001.