

LA RELACIÓN VERBAL-VISUAL EN LA PORTADA DE LA PRENSA COTIDIANA: EL CASO ATÍPICO DE *Página/12*

Ana Pedrazzini¹

Resumen

En este artículo se analiza la forma en que el diario argentino *Página/12* aborda la principal noticia del día en sus portadas. Para ello se focaliza en el particular juego que se instaura entre la titulación y la imagen, que lo distingue fuertemente de otros medios gráficos del país. Cada portada es analizada como un texto mixto, privilegiando un enfoque semio-lingüístico y enunciativo. El corpus comprende todas las portadas de *Página/12* publicadas entre el primero de diciembre de 2001 y el 15 de enero del 2002. Dicho recorte provee una unidad temática y temporal, al tratarse del período donde tuvieron lugar los hechos políticos, económicos y sociales más significativos de la crisis argentina de fines del año 2001. El corpus fue además enriquecido con las portadas de los dos diarios más masivos del país, *Clarín* y *La Nación* en igual período, que fueron consideradas con el fin de ilustrar por contraste, la atipicidad de *Página/12*.

Página/12 se caracteriza por un tratamiento fuertemente interpretativo de la información, que realiza a través de una gran variedad de recursos verbales y visuales puestos en interacción: títulos no informativos que juegan con el doble sentido y recuperan expresiones familiares; un lugar privilegiado destinado a la imagen; fotomontajes; alusiones a un patrimonio cultural; figuras retóricas como la metáfora y la ironía; entre otros. Los hechos son reconstruidos a partir de un montaje teatralizado de la realidad, presentando -generalmente de manera humorística y satírica- juicios y una toma de posición. Esta toma de posición puede producirse en varios niveles y será más fácilmente comprensible para aquellos que compartan la visión de mundo del diario. En este sentido, el matutino resulta un claro ejemplo de la instauración de una estrategia enunciativa que interpela y promueve una relación de complicidad con el lector.

Palabras clave

Portada – relación verbal-visual – titulación – imagen – *Página/12*- Argentina

Abstract

This article discusses how the Argentinian newspaper *Página/12* addresses the main news of the day on its front page. To this end, it focuses on the particular game that is established between title and image, which sharply distinguish *Página/12* from other Argentinian newspapers. Each cover is analyzed as a mixed text, within a semiolinguistic and enunciative approach. The corpus includes all *Página/12* covers published between December 1st, 2001 and January 15th, 2002. The selected covers have a thematic and temporal unity as they span the period where the most significant political, economic and social events of the late 2001 Argentinian crisis took place. The corpus was further enriched with the covers of the two newspapers with the highest daily circulation, *Clarín* and *La Nación* published in the same period, which were considered to illustrate by contrast, the unusualness of *Página/12*.

Página/12's treatment of news is characterized by a strongly interpretative approach, making use of a variety of verbal and visual resources in interaction: non-informative titles that play with double meanings and recover familiar expressions, a privileged place reserved for the image, photomontages, allusions to a cultural heritage, figures of speech such as metaphor and irony, among others. The news are reconstructed through a theatrical montage of reality presenting -often in a humorous and satirical way- judgements and the newspaper's viewpoint. This position taking may occur at various levels and will be more readily understood by those who share the world view of the newspaper. In this sense, *Página/12* is a clear example of the establishment of an enunciative strategy that both challenges and promotes a relationship of complicity with the reader.

Keywords

Front page – verbal-visual interaction – titles – image – *Página/12* – Argentina

1. Introducción

El matutino *Página/12* irrumpió en los quioscos argentinos cuatro años después de la vuelta a la democracia, en mayo de 1987, con una propuesta innovadora tanto por su contenido como por la forma de presentarlo: desde la elección de su nombre, juego autorreferencial; pasando por el espacio destinado a grupos minoritarios y a temas innovadores (Ulanovsky, 1997); hasta el diseño de una maqueta de gran originalidad, en la que la imagen y la titulación se encuentran en estrecha relación. Su portada es sin duda una de las características distintivas del diario, que le confiere un estilo particular y fácilmente reconocible, atípico –como nos proponemos demostrar- dentro de la prensa del país.

Realizar una investigación sobre las portadas representa una manera particular de abordar el diario como objeto de estudio, pues los elementos que están allí presentes responden a una lógica de funcionamiento distinta del resto del periódico. La portada constituye la vitrina, la carta de presentación, y puede jugar un rol fundamental en la compra del producto. Es la última página que se confecciona antes de la impresión, la que requiere más trabajo y discusión, ya que refleja la elección editorial sobre lo que se consideran los acontecimientos de mayor relevancia del día. Por otro lado, la portada participa de la construcción de la imagen de marca del diario al mismo tiempo que, desde el plano de la enunciación, sirve de guía de lectura al destinatario, privilegiando unos recorridos de lectura por encima de otros.

Entre las características distintivas de *Página/12* hay que mencionar el espacio considerable que es dedicado al tema principal del día principalmente porque es la imagen –que ocupa dos tercios de la página- sobre la cual se inserta la titulación. Esta característica nos lleva a prestar especial atención a la relación que se instaura entre el texto escrito y la imagen. ¿De qué manera ambos elementos interactúan para producir sentido? ¿Cuál es la función que ambos cumplen? Si el caso más habitual en la prensa, como ya señalara Roland Barthes en 1964, es el anclaje del sentido de la imagen a partir de lo verbal, ¿cuál es el caso más común en las portadas de *Página/12*? ¿Qué recursos verbales y visuales son puestos en juego en el tratamiento de las noticias?

Estos son algunos de los interrogantes que intentaremos responder en este trabajo. Para ello, haremos inicialmente una revisión teórica sobre algunas clasificaciones en torno a la relación verbal-visual. Luego presentaremos los objetivos e hipótesis que orientan el estudio, el corpus

que analizaremos, para posteriormente centrarnos en una gran diversidad de recursos verbales y visuales que constituyen la estrategia enunciativa de *Página/12*.

2. La relación verbal-visual

En este trabajo nos interesamos en el tratamiento que *Página/12* hace de lo que considera la/s noticia/s del día, tanto a través de la titulación como de la imagen puestos en relación en la portada. Estos elementos discursivos serán trabajados como un texto, es decir, como un todo discursivo coherente que responde a reglas sintácticas en sus estrategias de comunicación (Vilches, 1984). El *texto* reenvía entonces a la conjunción de signos lingüísticos, icónicos y plásticos con fines comunicativos y es por ello que en vez de hablar de “relación texto-imagen”, como es habitual encontrar en el campo de las ciencias del lenguaje y la comunicación, nos referiremos a “relación verbal-visual”.

Desde nuestra perspectiva, lo verbal y lo visual constituyen dos lenguajes diferenciados, constituidos por signos lingüísticos –en el primer caso- y por signos icónicos y plásticos –en el segundo caso. En su *Traité du signe visuel*, el Grupo μ (1992) demostró que los componentes plásticos de una imagen, como los colores, la textura y la forma, son signos completos y no meramente la materialidad de expresión de los signos icónicos. Tanto unos como otros intervienen en la imagen como signos autónomos –aunque en estrecha relación- y completos.

La concurrencia entre lo lingüístico y lo ícono-plástico ha sido materia de reflexión durante décadas y cobró notable interés en los años '60, con el desarrollo de la semiótica. Los cambios tecnológicos y culturales de los últimos 60 años, que como es conocido suscitaron una proliferación de mensajes mixtos, llevaron a muchos a hablar del advenimiento de una “civilización de la imagen”, que desplazaría el lenguaje verbal y en particular, el escrito. En un artículo pionero en el que indagó acerca de la relación “texto-imagen”, Roland Barthes sentenció: “no es muy justo hablar de una civilización de la imagen: somos aún y más que nunca una civilización de la escritura” (1964, p. 43). Esta concepción de la hegemonía verbal por sobre la representación visual subyace en las preguntas que Barthes formuló acerca de las funciones de lo lingüístico en relación a lo ícono-plástico: “¿La imagen duplica algunas informaciones del texto por un fenómeno de redundancia, o el texto agrega una información inédita a la imagen?” (p. 43).

Desde este marco, el autor identifica dos funciones principales que asigna a lo lingüístico en relación a la imagen: el anclaje y el relevo. En el anclaje, que reconoce como más frecuente, en particular en la fotografía de prensa y la publicidad, lo verbal restringe la “cadena flotante de significados” (p. 44) característica de la imagen, naturalmente polisémica, orientando la lectura, y así controlándola, a partir de la selección de unas posibles interpretaciones entre tantas otras. En cambio, en el relevo, que identifica en dibujos humorísticos, historietas y películas, lo verbal y lo visual se complementan de forma tal que su articulación conforma una unidad en el proceso de producción de sentido.

Interesándose también por esta relación entre lo verbal y lo visual, Alonso Erausquín (1995) elabora dos clasificaciones de utilidad que emanan del campo de la prensa diaria. En la primera distingue cuatro formas de interrelación entre la fotografía periodística y el mensaje lingüístico co-presente: independencia o autonomía, redundancia, complementariedad y contradicción, posicionando ambos lenguajes a un mismo nivel. En la segunda clasificación, plantea que lo verbal y lo visual pueden intervenir como acontecimiento y comentario, entendiendo por *acontecimiento* “la parte de la información que está consagrada a aportar datos que propicien un acercamiento a la reconstrucción mental de los hechos tal y como se conoce que ocurrieron, en la búsqueda de la mayor fidelidad posible” (p. 78) y por *comentario* “los aspectos de la información que complementan, ilustran, interpretan y valoran, bien en el plano del contenido o en el plano de la expresión, los hechos ocurridos y transmitidos primordialmente a través de la información-acontecimiento” (p. 80). En base a esta distinción, propone cuatro modos de representación de acontecimientos y presentación de comentarios: acontecimiento en imagen (AI) y acontecimiento en texto (AT) y comentario en imagen (CI) y comentario en texto (CT), cuyas características sintetiza en la Tabla 1 que reproducimos.

REPRESENTACIÓN DE ACONTECIMIENTOS	
Imágenes (AI)	Textos (AT)
<ul style="list-style-type: none"> • Toma de vistas de los hechos • Reconstrucción fiel de los hechos (dibujos documentados, mapas, gráficos). 	<ul style="list-style-type: none"> • Reproducción escrita de declaraciones de los protagonistas. • Relato de los hechos en narración de los testigos o informadores. • Datos complementarios no mostrados.
PRESENTACIÓN DE COMENTARIOS	
Imágenes (CI)	Textos (CT)
<ul style="list-style-type: none"> • Imágenes de archivo más o menos relacionadas con el tema o con los personajes. • Ilustraciones de tipo interpretativo. Caricaturas. • Fotografías de los informadores autores de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración de los hechos, desde la simple adjetivación a la selección de pasajes. • Enjuiciamiento y opinión sobre los hechos y sus circunstancias.

Tabla 1. Clasificación propuesta por Alonso Erausquín (1995, p. 80) según la participación de lo verbal y lo visual como acontecimiento o comentario.

Estas formas pueden combinarse y dan como resultado cuatro tipos de relaciones:

1. *AI + AT*: el testimonio fotográfico del suceso es combinado con un mensaje escrito que cita a los protagonistas, completa datos o sintetiza los hechos ocurridos.
2. *AI+CT*: la imagen del suceso es acompañada por un mensaje escrito que interpreta y valora lo acontecido.
3. *CI+AT*: la presentación de los datos extraídos del suceso es acompañada por una imagen que no está directamente relacionada con el acontecimiento, comúnmente proveniente de archivo.
4. *CI+CT*: es el caso de la opinión ilustrada. Se supone que la información es conocida o bien se remite a otro lugar en el que se la desarrolla.

Otra clasificación que traemos a colación para enriquecer nuestro enfoque proviene del campo de la caricatura política, texto mixto en el que predomina una estrecha relación entre lo verbal y lo visual. Como veremos, una parte considerable de las imágenes de nuestro corpus de *Página/12* presenta características en común con la caricatura política al incorporar un tono satírico y humorístico y hacer uso de una gran variedad de figuras retóricas. Centrándose en la interacción verbal-visual en la caricatura política, Pedrazzini y Scheuer (2010) proponen un modelo que identifica tres componentes en este tipo de imagen: situación imaginaria construida por el dibujante, hecho de actualidad tratado y personaje representado o al cual se hace

referencia. En base a las relaciones entre dichos componentes, distinguen distintas funciones ejercidas por lo lingüístico y lo ícono-plástico, las cuales dan lugar a cinco dimensiones:

1. *Juego lingüístico, anclaje ícono-plástico*: lo lingüístico presenta una situación imaginaria e identifica el hecho de actualidad mientras que lo ícono-plástico se limita a identificar el o los personajes.

La identificación de los personajes a partir de lo visual permanece en las cuatro dimensiones que siguen.

2. *Juego lingüístico, ilustración y refuerzo ícono-plástico*: lo lingüístico presenta una situación imaginaria e identifica el hecho de actualidad mientras que lo ícono-plástico ilustra -y así refuerza- aspectos de la situación imaginaria

3. *Complementariedad*: Lo ícono-plástico y lo lingüístico contribuyen con elementos diferentes pero convergentes en la representación de la situación imaginaria. El hecho de actualidad puede ser identificado por lo ícono-plástico y/o lo lingüístico.

4. *Contradicción parcial*: Lo ícono-plástico y lo lingüístico operan de forma contradictoria ya que alguno de los sentidos movilizados son divergentes entre sí. La presentación del hecho de actualidad y de la situación imaginaria puede estar a cargo de ambos lenguajes, operando de manera simultánea, o bien en sólo de uno de ellos.

5. *Juego ícono-plástico, anclaje y refuerzo lingüístico*: Lo ícono-plástico presenta una situación imaginaria mientras que lo lingüístico aclara o refuerza algún aspecto de la misma. Este último identifica además el hecho de actualidad, anclando la situación imaginaria.

Que el juego se instaure a nivel verbal o visual depende de cuál de los dos lenguajes asume la función de construir la situación imaginaria, que suele ser una representación absurda, incongruente, cómica o exagerada, generalmente en base a un hecho real.

Las distintas clasificaciones brevemente descriptas serán tomadas en consideración a la hora de analizar la articulación de la titulación y la imagen en las portadas de *Página/12*.

3. Presentación del estudio

3.1 Objetivos, hipótesis y corpus

Como hemos mencionado anteriormente, la forma en que está organizada la portada de *Página/12* es bastante particular pues la noticia del día ocupa dos tercios de la página, generalmente a través de una gran imagen, dentro de la cual se inserta la titulación. Este espacio discursivo será abordado privilegiando un enfoque semio-lingüístico y enunciativo.

En función de lo señalado, los objetivos principales de este trabajo pueden resumirse en tres:

- Analizar qué funciones asumen los títulos y la imagen en el proceso de producción de sentido en la portada de *Página/12* y estudiar cómo interactúan
- Identificar los distintos recursos lingüísticos e ícono-plásticos utilizados en la portada de *Página/12*
- Comparar las funciones y la interacción entre los títulos y la imagen en las portadas de *Página/12* y de otros diarios de la prensa argentina.

Dos hipótesis sirven de guía en este estudio:

- El tratamiento que *Página/12* hace de la principal noticia del día en su portada suele realizarse a partir de una estrecha relación entre la titulación y la imagen.
- *Página/12* hace uso de una gran variedad de recursos verbales y visuales que le permiten posicionarse como un caso atípico dentro de la prensa argentina, valiéndose de un tono informal e irreverente, que en ocasiones se nutre de la ironía, la sátira y el humor.

Para alcanzar dichos objetivos y verificar la pertinencia y validez de las hipótesis formuladas, seleccionamos un acontecimiento de enorme trascendencia en el contexto socio-político de la Argentina, de forma tal de trabajar a partir de una unidad temática y temporal: la crisis de fines del año 2001. Analizamos todas las portadas de *Página/12* publicadas entre el primero de diciembre de 2001 y el 15 de enero del 2002, período en el cual tuvieron lugar los hechos políticos, económicos y sociales más significativos. En total, el corpus está constituido por 44 portadas.² Como nuestra intención, además de analizar la estrategia enunciativa de *Página/12*, es la de demostrar que este periódico se posiciona como un caso atípico en la prensa argentina, tomamos en consideración las portadas de los dos periódicos más masivos del país, *Clarín* y *La Nación* durante el mismo lapso de tiempo.

Cabe mencionarse que en cuatro oportunidades la portada presentó dos noticias relacionadas, dividiendo el espacio destinado al tema del día en dos: una imagen arriba y otra abajo. En estos casos, la titulación fue común o bien diferenciada.

En todas las portadas se aborda algún aspecto de la crisis. Si bien el hecho de realizar un análisis discursivo sobre el tratamiento que el diario efectuó sobre la misma excede los límites y las finalidades de este estudio, este aspecto será abordado de manera indirecta para ilustrar nuestro propósito.

3.2 Una unidad temática y temporal: la crisis argentina de fines de 2001

Con el sólo fin de situar al lector, presentaremos aquí un breve resumen de los principales hechos que se sucedieron durante los 44 días considerados en el corpus y que comprenden el período más significativo de la crisis política, económica y social que se produjo en la Argentina a fines de 2001.

Hacia finales de ese año, la coyuntura económica de ese país era muy complicada, con un aumento alarmante de la pobreza y el desempleo en el lapso de unos pocos meses; la desconfianza de los inversores extranjeros; las dificultades crecientes del gobierno tanto para respetar los cronogramas de pago de la deuda externa como para obtener ayuda económica de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional; entre otros.

El 3 de diciembre, el gobierno nacional impuso restricciones a las extracciones bancarias para frenar la fuga de capitales provocada por una crisis de confianza de los ahorristas en el sistema bancario. La medida -bautizada como *corralito*- fue decretada luego de la fuga de más de 15 mil millones de dólares por parte de grandes especuladores nacionales e internacionales (Muchnik, 2001). Quienes se vieron más afectados fueron los pequeños y medianos ahorristas y las empresas nacionales, que comenzaron a temer la pérdida de valor de sus ahorros en el caso de una devaluación de la moneda argentina. Numerosas manifestaciones de sectores de la clase media se sucedieron a lo largo y ancho del país. Provista de cacerolas y cubiertos -de allí el nombre de *cacerolazo* que se le dio a este tipo de movilización social-, la gente comenzó a exigir la renuncia de los funcionarios del gobierno, entonando al unísono “que se vayan todos”. A esto se sumaron saqueos en supermercados por parte de los sectores más desfavorecidos y cortes de ruta (*piquetes*).

El presidente Fernando De la Rúa llamó a una concertación nacional, pidiendo el apoyo de los partidos políticos y la sociedad, pero estos intentos fueron en vano. El 19 de diciembre se declaró el estado de sitio, mediante el cual se restringieron las garantías constitucionales, autorizando a las fuerzas de seguridad disolver todo tipo de manifestación pública. Pese a esto, las protestas sociales continuaron en todo el país, desencadenando ese mismo día la renuncia del ministro de Economía Domingo Cavallo, seguido por el propio Presidente, quien lo hizo al día siguiente. En el transcurso de esos dos días murieron 25 personas, resultado del enfrentamiento entre manifestantes y policías armados, por un lado, y entre comerciantes y saqueadores, por el otro.

El Presidente del Senado, Federico Ramón Puerta, asumió como presidente provisional y el 23 de diciembre, el Congreso de diputados declaró a Adolfo Rodríguez Súa -justicialista y gobernador de la provincia de San Luis durante diez años consecutivos- como Presidente interino hasta las nuevas elecciones programadas para marzo. El Gabinete de Ministros que conformó fue duramente criticado, acusado de haber participado de operaciones fraudulentas. Nuevos cacerolazos se sucedieron, produciendo la renuncia inmediata del gabinete. Este hecho, sumado a la falta de apoyo de los justicialistas, inmersos en una lucha interna para definir quiénes serían los candidatos en marzo, produjo la renuncia de Rodríguez Súa el 30 de diciembre, una semana después de haber comenzado su mandato. Durante su brevísimo paso por el poder, Rodríguez Súa resolvió suspender el pago de la deuda externa.

Ante este revés político, la Asamblea Legislativa decidió que el nuevo jefe de estado acabaría su mandato en mayo de 2003, como habría correspondido a Fernando De la Rúa. El político elegido fue el justicialista Eduardo Duhalde, dos veces gobernador de la provincia de Buenos Aires y candidato opositor a De la Rúa en las últimas elecciones presidenciales de octubre de 1999. Duhalde asumió el 2 de enero de 2002 y tomó como primeras medidas el abandono de la paridad peso-dólar, en vigor desde 1991, y la “pesificación” de la economía. Esto trajo aparejada la conversión a pesos de las deudas contraídas en dólares y una rápida devaluación del peso.

4. Resultados

4.1 Características de la titulación: sobre cómo impactar lingüísticamente a diario

La maqueta del diario, que sigue un estilo predefinido y estable a lo largo del tiempo, determina la distribución del texto escrito y la imagen en la portada, y la manera en la que éstos estarán relacionados. El texto escrito que constituye nuestro objeto de estudio es la titulación - titulares que encabezan el cuerpo de la noticia-, que puede estar compuesta por un sobretítulo, una volanta, un título principal y un sumario (ver Figura 1). Siguiendo a Ambort et al (1996), distinguimos el sobretítulo de la volanta por el hecho de que el primero suele ser más breve y está destinado generalmente a situar geográfica o temáticamente una noticia, aunque el uso que de él hace *Página/12* es bastante laxo. Con respecto a las diferencias entre subtítulo y sumario, si el primero suele consistir en una única oración que presenta alguna información en particular que se desea resaltar, el sumario está compuesto por varias oraciones que abordan informaciones diferentes de la noticia.



Figura 1. Titulación utilizada en la portada de *Página/12*.

Mientras que la volanta y el título principal están presentes en la totalidad de las portadas consideradas, el sobretítulo aparece en el 60% de ellas, el subtítulo en el 7% y el sumario en el 55%. Cada tipo de título presenta características gramaticales y funciones periodísticas diferentes. La mitad de los sobretítulos está compuesta por oraciones completas (sujeto, verbo y predicado) mientras que la otra mitad presenta frases nominales -como por ejemplo "El plan

Remes” (3/1/2001), “El primer día” (4/12/2001)- y frases nominales preposicionales -“Estreno con default” (24/12/2001) y “Agitado final del uno a uno” (5/1/2002). Los sobretítulos de *Página/12* asumen generalmente un rol informativo aunque excepcionalmente presentan un enfoque más interpretativo de la noticia. La volanta y el sumario, por su parte, siempre presentan oraciones completas y son los elementos de la titulación que brindan la mayor cantidad de información al lector. En el caso del subtítulo, su tan baja frecuencia no nos permite observar un comportamiento claro que valga la pena precisar.

El elemento de titulación más interesante, pues allí existe un mayor trabajo discursivo, es el título principal. La gran mayoría de los mismos (76%) está compuesto únicamente por oraciones incompletas: frases nominales principalmente, en algunas ocasiones frases nominales que incluyen una frase preposicional que modifica al sustantivo núcleo y en menor frecuencia, frases preposicionales. Como resultado de privilegiar frases nominales -por ejemplo, “El fin de la convertibilidad” (5/12/2001), “Navidad amarga” (18/12/2001), “El peor final” (21/12/2001), “Tres países” (14/01/2002)- los títulos suenan más contundentes y sólidos, mientras que en aquellos que incorporan frases preposicionales, este efecto se ve reducido al habilitar un universo de sentido más amplio. El 93% de los títulos principales juegan un rol interpretativo, presentando un juicio sobre el hecho noticioso y apuntando a despertar el interés y causar impacto en el lector. Muchas veces actualizan elementos de la cultura popular externos al universo de la noticia. La referencia a esta última es a veces tan indirecta que es difícil saber de qué se habla sin leer las otras partes de la titulación.

Otro elemento que distingue los títulos principales del diario es el uso de un registro de lengua informal, especialmente cuando se usan expresiones populares, como es el caso de: “Algo se está cocinando” (13/12/2001), “Que Dios se los pague” (24/12/2001), “Qué les puedo cobrar por esto” (27/12/2001).

Muchos títulos juegan además con el doble sentido, proponiendo dos niveles de lectura: un sentido literal y un sentido figurado. Un ejemplo nos lo ofrece la portada del 9/12/2001, en la cual un fotomontaje muestra al ministro de Economía Domingo Cavallo de perfil, sonriente, sentado al lado de la ventanilla de un avión, con el cinturón ajustado. La titulación es la siguiente:

Sobretítulo: Cavallo vuelve con la tijera lista

Volanta: “Llegué a un acuerdo en materia de cifras, ahora hay que tomar las decisiones que hagan falta”, aseguró el ministro antes de tomar el avión. Cuando aterrice, deberá conseguir el apoyo político necesario para sumar al actual candado bancario los severísimos recortes que le reclama el FMI

Título principal: **AJÚSTENSE LOS CINTURONES**

El doble sentido es activado en relación con la imagen, estableciendo así una relación de complementariedad entre ambas partes. La oración imperativa “Ajústense los cinturones” reenvía al campo léxico propio de los viajes (a través de la imagen sabemos que es un viaje en avión), pero adquiere otro sentido al relacionarlo con el Ministro de Economía. La expresión figurada “ajustarse o apretarse el cinturón” tiene un origen metonímico y establece una serie de conexiones causales: a) uno se ajusta el cinturón porque está delgado, b) adelgaza porque come menos; c) come menos porque tiene menos dinero. En este sentido, “ajustarse” pertenece al mismo campo semántico que el sustantivo “ajuste”, que en este caso correspondería a “los severísimos recortes que le reclama el FMI”.

Otro caso en el que se trabaja con un doble sentido es el del titular publicado el 6/12/2001:

Volanta: El gobierno perdió la única posibilidad de conseguir fondos externos. Tal como anticipó Página/12, el FMI da por caído el acuerdo con Argentina y no girará el desembolso previsto de 1200 millones.

Título principal: **SIN FONDO**

El título principal moviliza varios sentidos, entre los cuales los más evidentes hacen referencia al dinero del que se dispone, *fondo* como nombre común, y elípticamente al Fondo Monetario Internacional, como nombre propio. Juega también con la sonoridad conocida que producen en el lector algunas expresiones familiares, como “comer como barril sin fondo”, es decir, sin límites; contrapuesta a “tocar fondo”, que se utiliza cuando se ha llegado al límite de algo, en sentido negativo; y también la adivinanza “Redondo redondo, barril sin fondo. ¿Qué es? Un anillo”.

Un último caso que abordaremos es el de la portada del 14/12/2001:

Sobretítulo: Fue masiva la huelga contra las medidas económicas

Volanta: Para el gobierno alcanzó el 59 por ciento, para los gremialistas casi el 100. La paralización resultó total en el transporte y menor en el comercio. Hubo marchas y cortes de ruta en todo el país y algunos incidentes en el interior

Título principal: **QUE LO PARÓ**

“Que lo paró” es un juego de palabras que trabaja por paronimia *in absentia* (Vittoz Canuto, 1983) y reenvía, por un lado, al *paro* masivo que se realizó en todo el país, y por otro, a la expresión vulgar “que lo parió”. La misma se utiliza habitualmente en Argentina para expresar sorpresa o admiración, y funciona en este contexto como una hipérbola. La ingeniosa manera de presentar la noticia produce un fuerte efecto de curiosidad e impacto en el lector, incitándolo a leer el conjunto de los títulos que abordan el tema.

Como hemos visto, los títulos principales presentan una gran riqueza discursiva, a partir de diversos recursos que apelan fuertemente al lector como la predilección por oraciones incompletas y no informativas, un registro de lengua informal y el uso del doble sentido. Estas características los alejan de la prensa tradicional, donde los títulos de una portada explican, con frecuencia, el sujeto de una acción, la acción misma y sus circunstancias. Así, el 9/12/2001, fecha en que *Página/12* titula “Ajústense los cinturones”, *La Nación* opta por: “El gobierno anuncia hoy el ajuste y busca el apoyo del PJ” (ver Figura 2) y *Clarín* afirma “Quieren un ajuste de 4 mil millones”, dando por sentado que se habla del FMI, el cual está identificado en la volanta (ver Figura 3).



Figuras 2 y 3. Portadas del 9/12/2001 de *La Nación* y *Clarín* respectivamente.

4.2 El lugar destacado de la imagen

Como hemos señalado anteriormente, el periódico reserva un lugar privilegiado a la imagen en la portada. Contrariamente a la prensa tradicional, donde se opta por una fotografía de actualidad que muestra “lo que pasó” como es el caso de *Clarín* y *La Nación* (ver, por ejemplo, Figuras 2 y 3), *Página/12* hace uso de una gran diversidad de imágenes, que podemos inicialmente dividir, siguiendo la clasificación de Demetrio Brisset (2002), entre fotografía directa y transformada. Dentro del grupo de fotografía directa, el autor sitúa el reportaje, en el que no se altera la situación, y la foto de intervención, donde existe una puesta en escena. En el caso de la fotografía transformada, menciona al fotomontaje. Brisset realizó esta clasificación de acuerdo a la acción del fotógrafo. En función de las imágenes identificadas en nuestro corpus de *Página/12*, y teniendo en consideración que lo que nos interesa aquí es la imagen que se publica, resultado tanto de la acción del fotógrafo como del trabajo de edición de la imagen, proponemos aumentar esta clasificación para distinguir, dentro de la fotografía directa, la foto de actualidad de la foto de archivo, y dentro de la fotografía transformada, la foto sin fondo, es decir, donde existe un trabajo de manipulación posterior a la toma de la imagen. Además de las fotografías, otro tipo de imagen utilizado por el periódico es la caricatura

política, la cual tiene, no obstante, una baja frecuencia de aparición. La Tabla 2 sintetiza la clasificación utilizada.

Fotografía directa	Foto de actualidad
	Foto de archivo
	Foto de intervención
Fotografía transformada	Foto sin fondo
	Fotomontaje
Dibujo	Caricatura política

Tabla 2. Clasificación de las imágenes detectadas en las portadas de *Página/12*.

Como puede apreciarse en la Figura 4, la mayor cantidad de imágenes son fotografías de actualidad (44%), que captan los hechos cotidianos y son presentadas sin modificaciones importantes –sin contar la edición técnica por una cuestión de calidad. Las mismas suelen diferenciarse de las fotos que habitualmente se publican en los diarios por la elección de encuadres, ángulos de toma y puntos de vista originales. Descartando a éstas y a las fotos de archivo (6%), comunes en la portada de la prensa cotidiana, resulta sumamente interesante observar que existe un 50% de imágenes que *no* provienen de estas fuentes. Un tercio (32%) corresponde a fotomontajes, 8% a fotografías directas de intervención, 6% a fotografías sin fondo y 4% a caricaturas políticas del dibujante Daniel Paz.

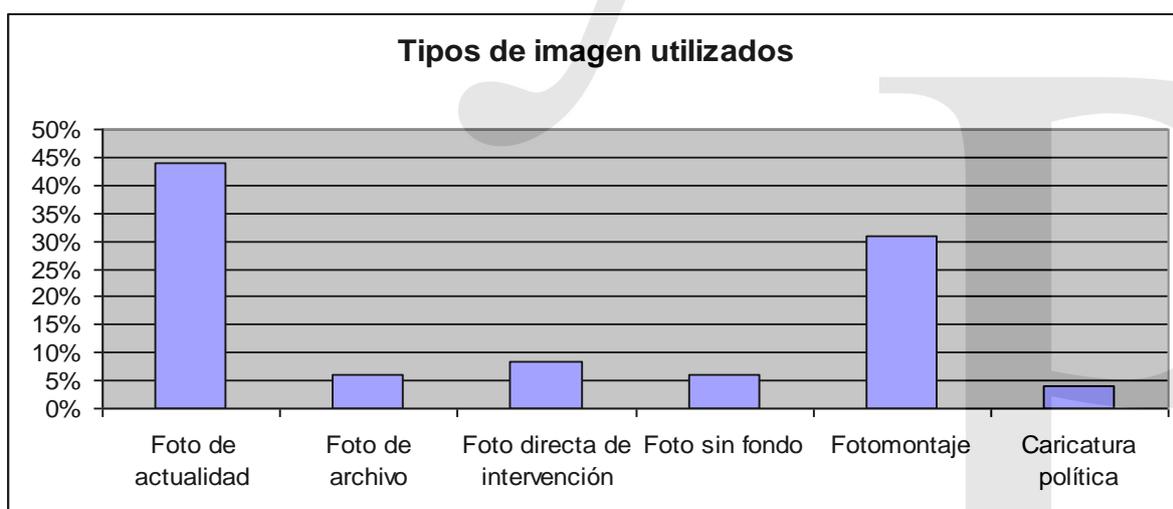


Figura 4. Porcentajes correspondientes a cada tipo de imagen detectado en el corpus de *Página/12*.

El alto porcentaje de fotomontajes detectados en la portada justifica que nos detengamos a analizar su uso. Entendemos por *fotomontaje* la superposición o combinación de distintas fotografías –excluyendo imágenes de otro tipo- y que dan por resultado una nueva unidad. De acuerdo con Demetrio Brisset (2002), consideramos que esta transformación tiene como finalidad mostrar una situación espacio-temporal manipulada, al servicio de una intencionalidad más o menos reconocible. En el caso de *Página/12*, los fotomontajes no responden a un fin manipulador, en el que la intención sería de ocultar su contexto de realización, sino que su montaje es, en la mayor parte de los casos, evidente. Cuando no lo es, la mención que generalmente se agrega a la imagen señalando su existencia elimina cualquier ambigüedad.

En el corpus analizado, la totalidad de los mismos aborda temas de la actualidad política y económica del país, en particular las acciones del gobierno para encontrar una solución a la grave crisis económica. Resulta interesante destacar que existe una gran homogeneidad con respecto a los sujetos y objetos de este tratamiento visual: 73% corresponde a dirigentes políticos, estando prácticamente en todos los casos representados el Ministro de Economía Domingo Cavallo y los Presidentes que se fueron sucediendo en el transcurso del período considerado (ver Figuras 1, 5, 12, 13, 16 y 17). Los mismos son representados realizando acciones improbables o bien insertos en contextos absurdos o insólitos. En el 27% restante el “protagonista” es el dólar estadounidense, en torno al cual gira la economía argentina (ver Figuras 6 y 8).

La mayoría de los fotomontajes son creaciones fantasiosas y tienen un alto componente satírico y humorístico. Algunos ejemplos son: la portada del 3/01/2002, en la cual el entonces Presidente Eduardo Duhalde saluda sonriente con la mano a un dólar con forma de avión que se aleja volando (abandono de la paridad peso-dólar) (ver Figura 1); la portada del 6/12/2001, donde vemos al Presidente Fernando de la Rúa y al Ministro Domingo Cavallo como indigentes (ver Figura 5) y la primera página del 8/01/2002, en la que un billete de cien dólares es representado como un objeto deseable pero inalcanzable (ver Figura 6).

Las fotos que sirven de base a los fotomontajes provienen de fuentes diversas: fotografías que registran acontecimientos de la realidad cotidiana son combinadas con fotos atemporales. Pueden haber sido realizadas con anterioridad o exclusivamente para los fotomontajes, como los billetes de dólar o la trampa para ratones de los ejemplos presentados. Las imágenes se

caracterizan por la yuxtaposición de unos pocos elementos significantes, de forma tal de contribuir a la legibilidad y a la maximización de la eficacia del mensaje, que será entonces más fácil y rápidamente comprensible. En esto se acercan a algunas de las características esenciales de las caricaturas políticas como la simpleza y la economía en la representación (Pedrazzini y Scheuer, 2010).



Figuras 5 y 6. Portadas del 6/12/2001 y del 8/1/2002 respectivamente.

El último tipo de imagen al que haremos referencia es la foto directa de intervención, en la que existe, como en el fotomontaje, una manipulación en el proceso de creación. Sin embargo, ambas manipulaciones varían en el modo en que se ha creado la imagen: en el primer caso existe una puesta en escena en el momento de la toma mientras que en el segundo caso se realiza una edición digital con imágenes ya existentes. Un ejemplo de foto directa de intervención es la publicada el 4/12/2001, en relación a la medida de limitar la extracción de dinero de los bancos (ver Figura 7). Una de las consecuencias más evidentes de esta decisión fue la “palpable inactividad en la mayoría de los negocios”, la cual es representada ocurrentemente por *Página/12*, con el fin de causar sorpresa y divertir.



Figuras 7 y 8. Portadas del 4/12/2001 y del 14/1/2002 respectivamente.

4.3 La estrecha interacción verbal-visual

El mayor juego verbal-visual instaurado en las portadas de *Página/12* se da entre el título principal y la imagen; los otros títulos asumen generalmente un rol informativo, explicando, precisando lo que suele enunciarse de forma críptica en aquellos dos elementos. Es por ello que el estudio de la forma en que lo verbal y lo visual interactúan se centró en el comportamiento de estos últimos.

En primera instancia aplicamos la clasificación de Alonso Erasquín distinguiendo si el título principal (T) y la imagen (I) intervienen como acontecimiento (A) o comentario (C) y orientándonos por los criterios de clasificación indicados por el autor, según presentamos en la Tabla 1. La Figura 9 muestra que la combinación CI+CT es la más usual (53% de los casos), acorde con el enfoque interpretativo que prima en el periódico. Luego sigue la combinación AI+CT (33%), AI+AT (10%) y por último, CI+AT (4%). Al identificar en estas categorías los hechos noticiosos abordados, observamos que cuando se opta por una imagen acontecimiento (AI), en el 45% de los casos las fotos de actualidad tratan específicamente sobre manifestaciones sociales (cacerolazos, saqueos y enfrentamientos con la policía), mientras que en el resto de los casos los temas son diversos. Podría entonces afirmarse que la categoría AI predomina los días más violentos de la crisis, en los que la fuerza de los acontecimientos es tal

que se privilegia la fuente testimonial, es decir, mostrar lo que pasó. Si estos fenómenos de índole social se tratan preferentemente con la foto de actualidad, las dificultades económicas, de menor carga emotiva y mayor abstracción, se abordan principalmente a partir de fotomontajes –dentro de la categoría CI-, como vimos en la sección anterior. Aquellas que ponen el énfasis en lo político, y específicamente que refieren a las renunciadas y asunciones de los Presidentes, alternan distintos tipos de imágenes, de acontecimiento y comentario.

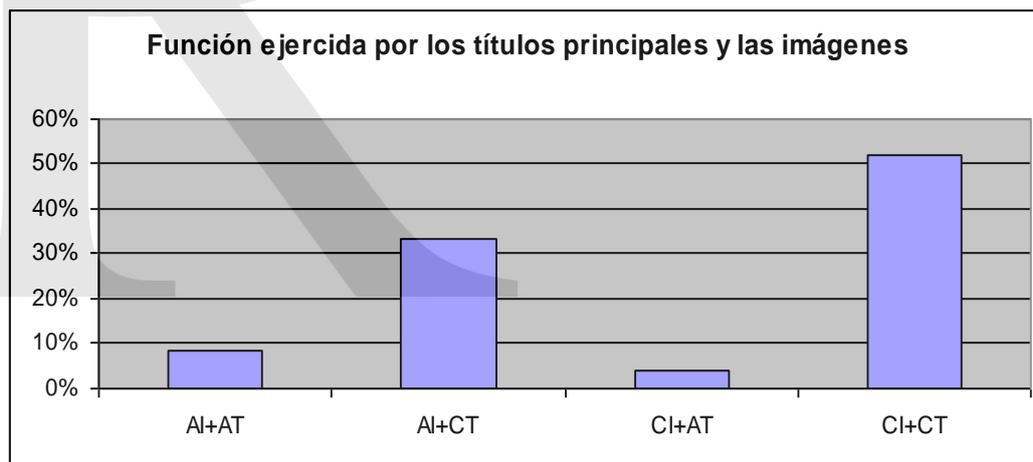


Figura 9. Rol que cumplen los títulos principales y las imágenes de nuestro corpus de *Página/12* en interacción, según la clasificación de Alonso Erasquín (1995).

En una segunda instancia, inspirándonos de estudios previos como el de Barthes (1964) y de Pedrazzini y Scheuer (2010) ya mencionados, clasificamos si la relación entre el título principal y la imagen asume principalmente una función de anclaje, complementariedad, refuerzo o contradicción. De todas ellas, la complementariedad es la más recurrente, identificada en 69% de los casos. Tanto el título como la imagen aportan en la misma dirección a la producción de sentido. Dentro de esta categoría, diferenciamos los casos puros, como el señalado, de otros dos casos en los que lo verbal cumple una segunda función: ya sea interviniendo como refuerzo de lo visual o anclándolo en un segundo nivel. Es decir, en estos dos casos no deja de ser complementaria la articulación verbal-visual, pero el grado de esta relación es menor que en el caso puro, adoptando lo lingüístico una segunda función supeditada a la primera. Tres ejemplos nos permitirán aclarar esta distinción. El primero de ellos ilustra el caso de complementariedad puro, en el que es por la conjunción de los elementos verbales y visuales que uno puede interpretar el mensaje. Así, en la Figura 8, se hace referencia a tres posibles escenarios económicos para la Argentina (título), según la cotización del dólar (imagen). La Figura 6 es un ejemplo de complementariedad en la que lo verbal actúa

en segundo plano como refuerzo de lo visual. El título introduce como nuevo elemento significativo una frase hecha, que apela a la memoria lingüística -es decir a la familiaridad- del lector; razón por lo cual cabe hablar de complementariedad. Pero una vez movilizada esta referencia cultural, se puede hablar de un cierto solapamiento pues lo verbal refuerza el sentido de la imagen. El tercer caso, en el que lo verbal ancla lo visual en un segundo plano, puede apreciarse en la Figura 10, que refiere a la designación de Rodríguez Súa como Presidente transitorio de la Argentina. Ni el título ni la imagen pueden interpretarse sin ponerlos en relación, actuando entonces de forma estrecha. Sin embargo, lo verbal actualiza una referencia externa a la noticia, un reenvío al clásico cuento de Blancanieves y los siete enanitos, frase que la maligna de la historia pronunciaba cada vez que preguntaba a su espejito mágico quién era la más bella de todas las mujeres. La portada construye un fuerte sentido de incertidumbre dado el contexto político del país.



Figuras 10 y 11. Portadas del 22/12/2001 y del 28/12/2001 respectivamente.

Además de la complementariedad, hemos detectado casos en los que lo verbal ancla lo visual (25%) como así también casos de contradicción (6%). Un ejemplo de anclaje es la Figura 11. La fotografía de actualidad muestra un estadio repleto de seguidores del equipo argentino de fútbol Racing Club de Avellaneda, cuyos colores son el celeste y el blanco, al igual que la bandera nacional. El título principal hace referencia al triunfo de este equipo en el Campeonato de Fútbol de Apertura, luego de 35 años. *Página/12* presenta este acontecimiento como “un

milagro”, anclando el sentido de la imagen. Pero además, lo asocia con la crisis que sufre el país a partir de la volanta y de los colores celeste y blanco. La relación entre ambos sucesos no es evidente pero el periódico se las ingenia para encontrarla, sin dejar de tratar así la situación que vive el país en la primera página, como lo viene haciendo de forma ininterrumpida desde hace semanas.



Figuras 12 y 13. Portadas del 11/12/2001 y del 19/12/2001 respectivamente.

Con respecto a la relación de contradicción entre el título y la imagen, un ejemplo es la portada del 11/12/2001 (ver Figura 12), en la cual se abordan las medidas del Ministro Domingo Cavallo en su intento por obtener el apoyo del Fondo Monetario Internacional. La imagen, que es un fotomontaje, nos muestra al funcionario en primer plano, serio, de perfil, vestido de traje y sentado sólo en una butaca del estadio de Racing Club, el cual está completamente vacío. El efecto de soledad que se busca atribuir al personaje se ve incrementado por la utilización de un gran angular y del plano contra-picado, los cuales aumentan la profundidad de campo y la perspectiva. Ahora bien, ¿por qué se eligió un estadio de fútbol para representar la escena? La respuesta se obtiene, como es habitual, en relación con la titulación. Un estadio evoca generalmente la pasión de la masa, que se une en sentimiento para alentar a su equipo. Esta idea entra en contradicción con el título principal, un claro ejemplo de antífrasis.³ La oposición de ideas se obtiene también entre el título, el sobretítulo y la volanta, estos dos últimos

asumiendo un rol netamente informativo. La elección de este estadio obedece al buen desempeño del equipo Racing, que en ese entonces iba puntero, para la sorpresa de todos.

4.4 Juegos intertextuales en *Página/12*

Las portadas del diario actualizan recurrentemente en los lectores conocimientos ajenos a la noticia que no tienen, *a priori*, ninguna relación con ella. Este reenvío, dentro del texto, a otros textos -intertextualidades en el sentido atribuido por Genette (1982)-, suele hacerse de forma indirecta, como alusiones, es decir, como “referencias implícitas y oblicuas a un elemento exterior al universo del enunciado” (Fromilhague, 1995, p. 117). El reconocimiento de estas formas intertextuales procura placer a un receptor iniciado, sentimiento que será tanto más fuerte en los casos en los que la alusión es menos evidente. Esto contribuye a instaurar una relación de complicidad con el lector, quien se sentirá parte de un club exclusivo.

Un 42% de las portadas de *Página/12* recurre a referencias culturales que en principio son compartidas por el enunciador y el destinatario. La movilización de estos conocimientos puede realizarse a nivel verbal y visual aunque la gran mayoría ha sido detectada en los títulos principales. Clasificamos estas referencias a un patrimonio cultural según tres categorías: expresiones pertenecientes a un registro familiar o popular (presentes en 57% de las portadas), referencias a productos de la industria cultural, como producciones mediáticas, canciones, cuentos (presentes en 24% de las portadas) y reenvíos a la memoria colectiva, momentos de relevancia en la historia del país o del mundo que han perdurado a lo largo del tiempo (19%).

Con respecto a la primera categoría, hemos presentado la expresión “Se mira y no se toca” de la Figura 6. Otros dos ejemplos tienen al Presidente provisorio Adolfo Rodríguez Súa como protagonista: “Que Dios se los pague” (portada del 24/12/2001, que se refiere al primer mensaje del mandatario en el que declara la cesación de pagos de la deuda externa) y “Qué les puedo cobrar por esto”⁴ (portada del 27/12/2001, la cual trata sobre la propuesta de Rodríguez Súa de crear una nueva moneda, que sería respaldada por los inmuebles del Estado). En esta portada, la Casa Rosada, sede oficial del gobierno nacional en la Argentina, aparece con un cartel en su fachada, donde dice “Inmobiliaria El Adolfo”. Un caso en el que se moviliza una expresión familiar en la imagen es la portada del 19/12/2001 (ver Figura 13), en la que se hace referencia a la “sombria mirada del FMI sobre la política de Cavallo” (sobretítulo). El personaje es representado caminando sobre la cuerda floja.

En cuanto a los reenvíos a productos de la industria cultural, hemos citado el caso de “Espejito, espejito”, de la Figura 10. Otro ejemplo es el título “Es un pájaro, es un avión...No, es un dólar” de la Figura 1, que hace referencia a la presentación de la serie televisiva *Superman*. Un tercer caso es el título “Presidente se busca” de la Figura 14, que trata la renuncia de Rodríguez Súa tan sólo una semana después de haber asumido. La frase hace alusión a los anuncios clasificados, tanto en el plano semántico como sintáctico: en este último caso la estructura gramatical invertida rompe con el orden esperado con el fin de poner el acento en el objeto de la búsqueda más que en la acción. El cargo supremo de jefe de Estado es así desacralizado, ironizando sobre la inestabilidad política que se vive en el país. La imagen intensifica el sentido de incertidumbre del título, presentando una fotografía del sillón presidencial vacío.

En el caso de la reactivación de una memoria colectiva, la portada del 15/12/2001 (ver Figura 15) es un ejemplo con fuertes connotaciones emotivas. La fotografía de actualidad da cuenta de los saqueos a supermercados que tenían lugar en numerosas ciudades argentinas. A través de una construcción antitética, se observa una multitud de gente de sectores populares en la calle y una hilera de policías armados que forman barrera para impedir su avance. El fotógrafo eligió posicionarse del lado de estos últimos, mostrando unos pocos policías frente a una masa de civiles, lo cual destaca la importancia de los saqueos. El título principal, “El fantasma del ‘89” establece una analogía entre la crisis de 1989, bajo el mandato del radical Raúl Alfonsín, y la de 2001, con la vuelta de los saqueos a comercios. El término “fantasma” tiene una fuerte carga connotativa pues evoca el miedo hacia algo del pasado que vuelve en el presente.



Figuras 14 y 15. Portadas del 31/12/2001 y del 15/12/2001 respectivamente.

Los tres tipos de referencias a un patrimonio cultural que hemos desarrollado dejan clara la capacidad que tienen particularmente los títulos de insertarse socialmente en un grupo dado, excluyendo del mismo aquellos que no dispongan de las competencias necesarias para su interpretación. Este trabajo de intertextualidad exige mucho del lector, quien debe asumir un rol activo y poner en juego una gran diversidad de conocimientos, una “hiper-competencia”, siguiendo la clasificación de Kerbrat-Orecchioni (1986) para casos más generales. Esta hiper-competencia integra como mínimo cuatro competencias principales: lingüística (a la que agregamos la ícono-plástica), enciclopédica (la actualización de un bagaje cultural amplio), lógica y retórico-pragmática (con el uso de figuras retóricas, por ejemplo). A través de estos juegos intertextuales, *Página/12* instaure una mirada particular sobre los hechos de actualidad, y establece un vínculo más estrecho con el lector.

4.5 El desdoblamiento entre el sentido propio y figurado

El diario se apoya con frecuencia de figuras retóricas para presentar una interpretación y opinión de la realidad cotidiana. Las mismas son utilizadas tanto para despertar el interés del lector como para pasar un mensaje crítico. No se trata entonces de meros elementos decorativos sino que suelen estar revestidos de un verdadero valor argumentativo. *Página/12* opera un desfase entre lo que dice y lo que da a entender, pero el lector no es ingenuo sino que

comprende y aprecia el juego propuesto. De hecho, es por su aprobación que el periódico puede permitirse esta manera indirecta y más compleja de abordar las noticias.

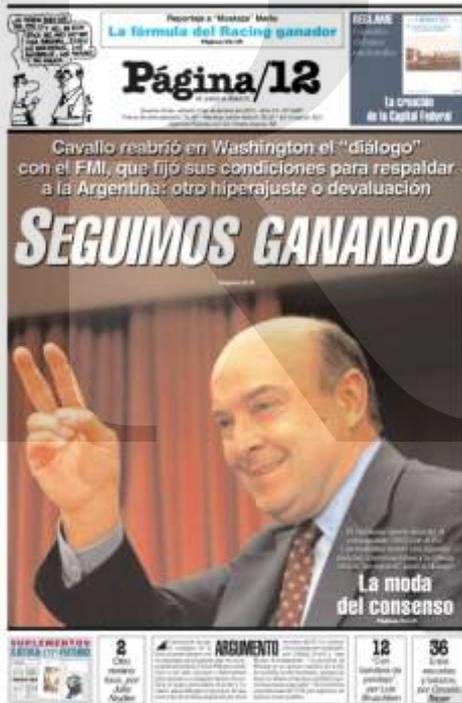
Las figuras retóricas pueden encontrarse a nivel verbal, visual o a partir de la interacción de ambos, y muchas veces opera más de una figura por cada título o imagen. En este estudio no nos hemos propuesto realizar un repertorio exhaustivo de ellas sino identificar algunas de las más recurrentes. Entre las figuras verbales, podemos citar los juegos de palabras, la metáfora creativa y fija, la silepsis, la alusión y la ironía, mientras que en las figuras visuales, algunas de las más usuales son la metáfora creativa y fija, el símbolo y la metonimia.

Las figuras verbales se concentran en los títulos principales, tendencia que hemos visto para otros recursos. Las más habituales son los juegos de palabras, que tienen lugar mayormente a nivel semántico, siendo menos comunes los juegos de sonoridad. Los juegos semánticos se apoyan en gran medida en la silepsis, que se produce cuando un mismo signo reenvía a dos sentidos diferentes, en general uno propio y otro figurado, como es el caso de los títulos “Sin fondo” (6/12/2001) y “Qué lo paró” (14/12/2001) ya mencionados.

La metáfora es otra de las figuras más frecuentes, ya sea en su variante de figura creativa y fija. Inspirándonos de Fromilhague (1995), distinguimos la metáfora creativa de aquella expresión figurada hecha, que carece de inventiva y originalidad. *Página/12* se apoya mucho de la familiaridad que producen en el lector estas metáforas fijas, que en algunas ocasiones altera con el fin de causar sorpresa, sustituyendo una palabra por otra. Un ejemplo es el título “Con la plata atada” publicado el 1/12/2001, en el que existe una substitución de *manos* por *plata*, haciendo referencia al “corralito” que unos días más tarde instauró el gobierno.

La alusión está presente mayormente a partir de reenvíos a productos mediáticos como los títulos “Espejito, espejito” del 22/12/2001 (ver *supra*) y “El crédito es una herida absurda” (15/1/2002), en el que se alude a la frase “La vida es una herida absurda”, del tango *La última curda*. Los periodistas de *Página/12* también recurren a la ironía para tomar distancia de los dichos y acciones del gobierno y presentar una mirada crítica, en ocasiones tragicómica, como es el caso de los títulos del 3 y del 8/12/2001. Éstos refieren a la gran inestabilidad e incertidumbre en materia económica que reinaba en el país. El título principal del 3/12/2001, “Estamos ganando”, retoma una frase del presidente Fernando De la Rúa, que según el periódico, “buscó darle un tono épico al salvataje financiero”. Cinco días más tarde, el diario

establece un juego de autocita pues recupera la idea de aquella portada y titula “Seguimos ganando”, frase ficticia atribuida al Ministro de Economía Domingo Cavallo, quien aparece en un fotomontaje haciendo la V de victoria (ver Figura 16).



Figuras 16 y 17. Portadas del 8/12/2001 y del 16/12/2001 respectivamente.

Entre las figuras retóricas visuales, la más habitual es la metáfora, a partir de la cual se establece una analogía entre dos ideas o personas como el hecho de presentar al presidente De la Rúa y al ministro Cavallo como indigentes (ver Figura 5). El símbolo, por su parte, es un recurso de gran utilidad para condensar sintéticamente —a través de un signo— una idea abstracta, consensuada culturalmente, tal el caso de la V de victoria. Las cacerolas, presentes en numerosas fotografías de actualidad, también pueden ser consideradas como un símbolo, que representa un tipo particular de protesta social pacífica.

En algunas pocas ocasiones, las figuras retóricas intervienen articulando el título y la imagen, como en la Figura 12, un ejemplo de ironía.

4.6 La producción de sentido en tres niveles

En el proceso de producción de sentido de las portadas de *Página/12* identificamos dos niveles de funcionamiento, tal como acabamos de ver: un sentido literal, en el cual lo que se dice tiene un sentido aparente pero no aquél que se quiere movilizar, y un sentido figurado, que adopta el sentido real. Sin embargo, en muchas ocasiones el diario activa lo que podríamos considerar un tercer nivel de complejidad. El mismo consiste en la producción de un conjunto de significaciones a través de las alusiones que los medios hacen a un patrimonio cultural común al enunciador y al destinatario. De esta manera, el lector debe establecer el vínculo entre el hecho de actualidad y la referencia cultural para intentar descifrar el sentido que se ha querido transmitir. El trabajo de desciframiento que deberá efectuar será entonces más grande.

Dicho en otros términos: en ciertos casos, el diario no se limita a presentar la información sobre lo que pasó ni presenta de una manera directa y explícita lo que hay que pensar sobre la noticia (ambos corresponderían al primer grado). Tampoco presenta el hecho a través de una frase figurada (segundo grado). Lo que el diario hace en este tercer grado es proponer un montaje teatralizado sobre lo que pasó, lo que implica de manera subyacente una toma de posición sobre la noticia. Este juicio será más fácilmente comprendido por aquellos que comparten la misma visión del mundo. El hecho de compartir una ideología es un plus que ayuda a la lectura y que sirve para instaurar una complicidad entre el enunciador y el destinatario. Para ilustrar lo dicho, citamos la portada del 16/12/2001, que trata sobre la reunión que el Presidente Fernando De la Rúa tuvo con el ex-presidente justicialista Carlos Menem en la Casa de Gobierno. La primera vez que el periódico trató la noticia fue el 14/12/2001, en un pequeño recuadro de la portada. Sin embargo, el hecho fue considerado suficientemente importante como para retomarlo dos días después y presentarlo como la noticia del día. *Clarín* y *La Nación* abordaron el acontecimiento el 14 de diciembre. El tratamiento de la noticia en un primer nivel está ausente en *Página/12*. Es por el contrario aquél que encontramos en los diarios *Clarín* y *La Nación*.

Clarín, 14/12/2001:

“De la Rúa y Menem, contra la devaluación

Reunión en la Casa Rosada. Estuvo Cavallo”.

La Nación, 14/12/2001:

“Apoyo de Menem al presupuesto

Pero no pudo garantizar el aval del PJ en el Congreso”

Un segundo grado consiste en hacer referencia al hecho de actualidad a través de un sentido figurado. Este es el caso de la misma noticia abordada por *Página/12* el 14/12/2001:

“De la Rúa abrió el “consenso” recibiendo a Menem en la Casa de Gobierno”

“ROSADA DE VERGÜENZA”

El adjetivo “rosada” juega con el doble sentido, haciendo alusión al mismo tiempo a la Casa Rosada y al efecto fisiológico de enrojecer de vergüenza. El título es una manera muy poco disimulada de dar un juicio sobre el hecho.

El 16/12/2001(ver Figura 17), *Página/12* también utiliza una frase figurada en el título para abordar el acontecimiento: “Se ha formado una pareja”. Pero además, esta oración reenvía al programa televisivo del conductor argentino Roberto Galán *Yo me quiero casar... ¿Y usted?*, siendo pronunciada cada vez que dos concursantes manifestaban mutuo interés. El título es presentado en relación con un fotomontaje, que muestra a De la Rúa y a Menem sonrientes, vestidos de frac y teniéndose del brazo. El diario ha querido insistir sobre el acercamiento de ambos adversarios políticos. Teniendo en cuenta el contexto histórico, el tratamiento de la noticia hace pensar que aunque De la Rúa haya llevado a cabo una campaña de diferenciación para marcar un cambio con su predecesor en las elecciones presidenciales que lo llevaron al poder, ambos políticos no presentan grandes diferencias. También puede interpretarse que, dada la compleja situación del país, De la Rúa busca el apoyo de los dirigentes políticos de la oposición, incluido el ex-presidente Menem, de quien buscó distanciarse. Representar a estos personajes como una pareja implica una toma de posición del diario ya que este último mantuvo una oposición firme hacia el gobierno de Menem. Para llegar a esta conclusión hay que conocer la posición ideológica de *Página/12* con respecto a la política menemista.

5. Conclusiones: Las portadas de *Página/12*, una teatralización de la realidad

El análisis de las 44 portadas que constituyeron nuestro objeto de estudio nos permitió detectar una gran variedad de recursos verbales y visuales puestos generalmente en interacción para presentar una visión particular de los hechos de actualidad: títulos con doble sentido, que retoman frases familiares y populares; imágenes de gran formato; referencias a un *bagage* cultural compartido entre el enunciador y el destinatario; empleo de figuras retóricas como la

metáfora, la ironía y los juegos de palabra; uso de fotomontajes; una interacción lúdica entre el título principal y la imagen.

Esta variedad de recursos permite a *Página/12* realizar una puesta en escena de la actualidad. La imagen es modificada de su contexto original, los fotomontajes presentan a los gobernantes en situaciones ridículas o insólitas y muchas veces se atribuye a los políticos frases ficticias. Se monta así una teatralización, una dramatización de los hechos, a partir de la cual el periódico presenta una valoración crítica, irónica, satírica de los mismos. En este sentido, la teatralización de la realidad se aproxima a la situación imaginaria identificada por Pedrazzini y Scheuer (2010) en la caricatura política, componente central en torno al cual lo lingüístico y lo ícono-plástico interactúan.

Página/12 articula géneros diferentes en su discurso periodístico. Así, toma estrategias de la publicidad, sirviéndose de frases que apelan a la familiaridad y que trabajan con la sonoridad, como en el marketing serían los slogans y los nombres de marca; hace uso del fotomontaje, imagen originada en el campo del arte y de la propaganda política; incorpora elementos de la historieta y la caricatura política, no sólo con la publicación de dibujos sino también introduciendo en algunas ocasiones globos de diálogo que se atribuyen a los personajes políticos; adopta en algunas oportunidades un tono satírico e irónico, entre otros.

Los recursos utilizados y la forma de combinarlos confieren al diario una fuerte identidad, que los distingue de periódicos más tradicionales, como *La Nación* y *Clarín*. *Página/12* es un buen ejemplo de la transposición de géneros, tan característica de estos tiempos contemporáneos (Steimberg, 1998 y 2003), cuyas fronteras se encuentran desdibujadas. Esto implica un gran desafío para el lector, especie de *bricoleur*, que debe “actualizar y operacionalizar su saber en cada bricolage” (2003: 300), detectando citas y referencias culturales, estableciendo analogías, reescribiendo, en definitiva, en cada acto de lectura y reconocimiento.

Desde un plano enunciativo, la invitación a descubrir el doble sentido o los vínculos indirectos entre ideas funciona como un guiño por parte del enunciador hacia el destinatario. A partir de su estrategia discursiva, fuertemente interpelativa, *Página/12* busca construir una relación estrecha con el lector, un contrato de lectura de complicidad, retomando el concepto de Verón (1984 y 1985), basado en un intercambio recíproco, que excluirá a aquellos despojados de los conocimientos movilizados en cada juego verbal y visual propuesto.

7. Bibliografía

- Alonso Erausquín, M. (1995). *Fotoperiodismo: Formas y Códigos*. Madrid: Síntesis.
- Ambort, M., Loyola, M. I., Ortiz, A. y Tobar, J. (1996). *El periodismo gráfico. Los periodistas – El periódico – Los géneros*. Córdoba: Op Oloop ediciones.
- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications*, 4, 40-51.
- Brisset, D. (2002). *Fotos y cultura. Usos expresivos de las imágenes fotográficas*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Fromilhague, C. (1995). *Les figures de style*. París: Nathan.
- Genette, G. (1982). *Palimpsestes*. París: Seuil.
- Groupe μ . (1992). *Traité du Signe Visuel. Pour une rhétorique de l'image*. París: Seuil.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *L'implicite*. París: Armand Colin.
- Muchnik, D. (2001, enero 16). La economía en la cuenta regresiva. *Clarín*, Buenos Aires.
- Pedrazzini, Ana (2004). Le rapport texte-image dans la Une. *Página/12: Un cas de rupture dans la presse argentine*. Trabajo final de Maestría en Ciencias de la Información y la Comunicación, CELSA, Universidad Paris-Sorbonne, París.
- Pedrazzini, A. y Scheuer, N. (2010). La interacción lingüística e ícono-plástica en la producción de caricaturas políticas: un estudio funcional y retórico. *IRICE Nueva época*. Rosario: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, 21, 95-111.
- Steimberg, O. (1998). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje de los medios a los géneros populares*. Buenos Aires: Atuel.
- Steimberg, O. (2003). Las dos direcciones de la enunciación transpositiva: el cambio de rumbo en la mediatización de relatos y géneros. *Figuraciones*, 1(2), 295-302.
- Ulanovsky, C. (1997). *Paren las rotativas*. Espasa. Buenos Aires.
- Verón, E. (1984). Quand lire c'est faire: l'énonciation dans le discours de la presse écrite. *Semiotique II*, Institut de Recherches et d'Études Publicitaires, pp. 33-56.
- Verón, E. (1985). L'analyse du 'contrat de lecture': une nouvelle méthode pour les études de positionnement des support presse. En *Les médias. Expériences, recherches actuelles, application* (pp. 203-230). París: Institut de Recherches et d'Études Publicitaires.
- Vilches, L. (1984). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Buenos Aires: Paidós.
- Vittoz Canuto, M.-B. (1983). *Si vous avez votre jeu de mots à dire. Analyse de jeux de mots dans la presse et dans la publicité*. París: A.-G. Nizet.

¹ Dra. en Ciencias de la Información y de la Comunicación por la Universidad Paris-Sorbonne y Dra. en Cs. Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Se interesa por diversos tipos de producciones cómicas, en particular en el campo de la sátira y la caricatura políticas, la relación verbal-visual y la semiótica de la imagen. anapedrazzini@crub.uncoma.edu.ar

² El diario no aparece ni el 25 de diciembre ni el 1^{ero} de enero.

³ Esta figura retórica de sentido, una variante de la ironía, se caracteriza por decir lo contrario a lo que se quiere dar a entender y contrariamente a la ironía, puede ser más fácilmente identificable y aislable en el enunciado (Molinié, 1993).

⁴ La expresión “Qué les puedo cobrar por esto” es una especie de parodia a las personas que prestan un servicio a alguien en contrapartida de una cantidad de dinero muy elevada. Funciona como una lítote puesto que con esta frase, quien presta el servicio quiere dar a entender que el trabajo no era difícil de realizar y que por consiguiente, no va a pedir demasiado dinero pero en realidad lo que finalmente pide es mucho. La imagen que suele prevalecer en la persona que usa este tipo de frase es la de alguien embaucador, poco serio pero que suele caer bien por su simpatía.

y

P