



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
Licenciatura en Comunicación Social

Política y medios masivos de comunicación en la cultura joven: la revista Rolling Stone en Argentina

Autor: Tomás Milano

Directora: Dra. Irene Lis Gindin

Rosario

2022

Resumen

Esta tesina de grado analiza la construcción discursiva de la revista *Rolling Stone* de Argentina que fueron editados en su sección *Asuntos Internos* dedicada a la política a lo largo de los dos mandatos presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015). En este sentido, el conjunto de discursos con los que se ha trabajado surge a partir de una selección de artículos atravesados por dos ejes fundamentales: la política y la cultura joven. De aquí se desprende el enfoque teórico-metodológico propuesto en este estudio, el cual incluye conceptos de la Teoría de los Discursos Sociales, de la sociología y del análisis de los discursos como campo disciplinar según la corriente sociosemiótica veroniana. En este marco, este trabajo busca identificar, dentro de la superficie discursiva, las huellas que remiten a las condiciones en que fueron creados los discursos de la revista. A partir de la observación de los títulos, las imágenes y el vínculo que se establece entre ambos tanto en las crónicas periodísticas como en las notas de opinión que forman el corpus de análisis, son reconocidas algunas de estas condiciones y el tipo de vínculo que la revista *Rolling Stone* le propone a sus lectores.

Palabras clave: política - medios masivos de comunicación - cultura joven - revista *Rolling Stone* - análisis del discurso

Agradecimientos

A Irene, a la Universidad Nacional de Rosario y
a quienes estuvieron acá, allá y en todas partes.

Índice

Introducción	6
1. Estado de la cuestión.....	9
1.1. La disputa por la intermediación durante los gobiernos kirchneristas	9
1.2. La interpelación a la juventud en el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner.....	13
1.3. El estudio de las culturas juveniles en las sociedades occidentales	15
1.4. La revista Rolling Stone de Argentina como objeto de análisis	17
2. Marco teórico-metodológico.....	21
2.1. Marco teórico	21
2.1.1. El discurso como manifestación material, dinámica, histórica y social	22
2.1.2. El discurso informativo como arena de disputas por el sentido	24
2.1.3. Las culturas juveniles como micro-sociedades	27
2.2. Marco metodológico	30
2.2.1. La construcción del corpus de análisis	34
3. Las culturas juveniles en las sociedades occidentales del siglo XX.....	36
3.1. La Escuela de Chicago	36
3.2. El funcionalismo estadounidense	37
3.3. El marxismo italiano	37
3.4. El estructuralismo francés	38
3.5. La Universidad de Birmingham	39
3.6. La contracultura: la máxima expresión de una cultura juvenil	40
4. La revista Rolling Stone y su relación con el poder político	42
4.1. El arribo de Rolling Stone a Argentina	43
4.2. La revista Rolling Stone en la arena política argentina.....	43
4.3. Rolling Stone y la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner	45
5. La trama histórica entre la política y el periodismo en Argentina.....	47
5.1. Las modificaciones en el sistema mediático durante el kirchnerismo	48
6. Análisis de los discursos de la revista Rolling Stone de Argentina.....	51
6.1. Los géneros: entre la periodicidad y las funciones predominantes	52
6.2. El encuadre del acontecimiento	55

6.3. La imagen fotográfica y la ilustración	60
6.3.1. La relación entre el texto y la imagen	67
Reflexiones finales.....	69
Referencias bibliográficas.....	73
Artículos periodísticos	81
Fuentes electrónicas	81

Introducción

El objetivo principal de esta tesina es el análisis de la construcción discursiva de la revista *Rolling Stone* de Argentina durante los mandatos presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011/2011-2015). A fin de arribar a este objetivo se ha trabajado con un conjunto de artículos publicados por la revista en su sección *Asuntos Internos* dedicada a los temas políticos.

El análisis de los discursos en producción consiste en la identificación, dentro de una superficie discursiva, de las huellas que remiten a las condiciones en que fueron producidos los discursos. Una superficie discursiva es un objeto multideterminado cuyas propiedades provienen de la concatenación de una pluralidad de niveles de determinación con ostensibles diferencias. De todos modos, la prensa escrita es un ámbito del todo propicio para el análisis de los discursos, puesto que es “una especie de laboratorio para el estudio de las transformaciones socioculturales” (Verón, 2004: 193). Por consiguiente, es esencial apelar a un marco teórico de múltiples niveles e idóneo para abordar la compleja red de producción de discursos que implica el periodismo gráfico. Esta tesina recupera, por un lado, los aportes de la Teoría de los Discursos Sociales desarrollada por Eliseo Verón y, como el soporte gráfico analizado se define como una revista especializada en las culturas juveniles, también son incorporados los conceptos de Carles Feixa sobre esta cuestión.

Con respecto a su estructura, la presente tesina se organiza en tres grandes bloques. El primero está compuesto de dos capítulos, uno dedicado al estado de la cuestión y otro al enfoque teórico-metodológico. El Capítulo I, dividido en cuatro apartados, enlista aquellos antecedentes que no solo nutren a este trabajo, sino que también permiten ubicar a su objeto en un amplio universo de estudio. Estos incluyen investigaciones que abordaron la disputa por la intermediación así como también la interpelación a la juventud durante los gobiernos kirchneristas, las que indagaron acerca de las culturas juveniles de las sociedades occidentales y las que adoptaron como objeto de análisis a la revista *Rolling Stone* de Argentina. El Capítulo II, por su parte, comprende al

enfoque teórico-metodológico en el que se enmarca este estudio. El marco teórico problematiza el abordaje del discurso como manifestación material, dinámica, histórica y social, y en el caso del discurso informativo, como arena de disputas por el sentido. Por otro lado, es definido el marco metodológico, con el análisis discursivo como campo disciplinar, y justificado el corpus.

La segunda parte de este escrito comprende tres capítulos, en los cuales son desarrollados sus tres ejes principales, es decir, la cultura juvenil, la revista *Rolling Stone* y la relación entre la política y el periodismo. En este sentido, el Capítulo III, “Las culturas juveniles en las sociedades occidentales del siglo XX”, plantea un recorrido sinóptico por los escenarios en los que nacieron las más reconocidas manifestaciones de los jóvenes del siglo pasado y por los centros de investigación y tradiciones científicas que las estudiaron. En el último apartado de este capítulo, se exponen las principales características de la que es considerada la máxima expresión de una cultura juvenil: la contracultura. El Capítulo IV, titulado “La revista Rolling Stone y su relación con el poder político”, especifica el tipo de relación que este soporte gráfico mantuvo con la política desde su fundación. Por otra parte, se describen las particularidades de este mismo nexo, pero, en este caso, entre la edición argentina de la revista y la política nacional, especialmente durante los dos mandatos presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner. En el Capítulo V, “La trama histórica entre la política y el periodismo en Argentina”, si bien es explicado este vínculo, la atención recae sobre los profundos cambios que se sucedieron en el sistema mediático durante el kirchnerismo. Estos últimos tres capítulos representan el bloque histórico-contextual de la tesina.

En el tercer bloque, constituido por el Capítulo VI, se desarrolla el cuerpo de la tesina. Aquí son estudiados y clasificados separadamente los artículos que componen el corpus de análisis de acuerdo con su subgénero periodístico, la manera en que fueron titulados y las imágenes que acompañan a los textos. El primer apartado de este capítulo, “Los géneros: entre la periodicidad y las funciones predominantes”, se concentra en las crónicas periodísticas y notas

de opinión publicadas por la revista *Rolling Stone* durante el recorte temporal elegido en este trabajo. Para categorizar a estos subgéneros periodísticos se tienen en cuenta ciertos criterios como la regularidad de su publicación y sus funciones principales. En el apartado “El encuadre del acontecimiento”, por su parte, son abordados los titulares de los artículos y catalogados según los aportes de Verón. El encuadre del discurso no solamente es importante para identificar sus condiciones de producción, sino también para determinar la posición que asume el soporte escrito como enunciador. Finalmente, en el apartado “La imagen fotográfica y la ilustración”, como anticipa su título, son analizadas las fotografías y dibujos que componen los artículos. Con el fin de dar cuenta de los tipos de imágenes que muestra la revista, también resultan valiosos los conceptos elaborados por Verón. Esta última parte se completa con un subapartado dedicado al vínculo que se establece entre los títulos y las imágenes. Para finalizar, en las *Reflexiones Finales*, no solo se presenta una síntesis con los puntos principales de esta tesina, sino también algunas aristas de análisis que pueden desprenderse de lo trabajado hasta aquí.

1. Estado de la cuestión

Interpretar a los medios de comunicación como productores de discursos en el campo político, así como actores que intervienen en las disputas en torno a los destinos de un país, no es una perspectiva novedosa en los estudios de la prensa gráfica. Esto se confirma con la infinidad de libros, tesis y artículos académicos que se editaron acerca de esta temática (Auza, 1978; Duncan, 1980; Sirvén, 1984; Halperin Donghi, 1985; Balestra, 1986; Borrat, 1989; Carnevale, 1999; Verbitsky, 1997; Alonso, 2004; Ruiz, 2008; Vommaro y Baldoni, 2012; Díaz, 2019; entre muchos otros). Sin embargo, la conflictiva relación que los gobiernos kirchneristas construyeron con los principales multimedios, de alguna manera, renovó el interés de las ciencias sociales por describir, analizar, explicar y conceptualizar un fenómeno sin precedentes.

1.1. La disputa por la intermediación durante los gobiernos

kirchneristas

En los últimos años, a raíz de la intensa disputa que enfrentó a los gobiernos kirchneristas con los medios de comunicación, la cantidad de investigaciones abocadas a problematizar, desde heterogéneos enfoques, la relación entre la política y la prensa aumentó considerablemente. Si bien el período de mayor profundización de este conflicto comenzó durante la presidencia de Cristina Fernández, precisamente en 2008, es interesante rescatar, también, aquellos trabajos que contemplan al primer kirchnerismo, el que se extendió de 2003 a 2007, aunque este momento suele ser descrito como la etapa más tenue, o incluso incipiente, de la confrontación. Por lo tanto, para esta tesina resultan sumamente valiosas los trabajos que ahondan en esta problemática, ya sean análisis politológicos o enfocados en la perspectiva de la economía política de la comunicación (Blanco y Germano, 2005; Mastrini, 2005, 2014; Mastrini y Marino, 2008; Kitzberger, 2011; Vincent, 2011; Baldoni, 2012; Becerra, 2013, entre tantos otros), para pensar la complejidad del proceso iniciado por Néstor Kirchner en lo que respecta a la relación de su gobierno con los multimedios. Además, en pos de contextualizar el caso local, son igualmente

relevantes los estudios acerca de la concepción de la comunicación de los gobiernos latinoamericanos opuestos al neoliberalismo (Kitzberger, 2010).

De la misma manera, la presente tesina se nutre de las producciones que indagan sobre la cuestión de la mediatización. Desde esta perspectiva de análisis, se hallan significativos los trabajos de Cingolani (2009), de Diego (2014) y Fernández (2014). En el primero de estos textos, el autor expone las principales cualidades de la implementación de la cadena nacional y analiza la relación que establece Cristina Fernández con la cámara. El resultado de este estudio señala que la estrategia de emplazar la figura presidencial en espacios amplios y colmados por una multitud perjudica al contacto directo con el televidente. Por su parte, de Diego (2014) observa el rol de la prensa como actor político durante el kirchnerismo y constata que lo característico de la intervención polémica del discurso mediático es su politicidad. En el artículo de Fernández (2014) se explicitan algunas observaciones acerca de la mediatización de la política en cuanto a ciertos aspectos que se delinearon después del conflicto protagonizado por el gobierno y el sector agropecuario en 2008. Estos análisis son provechosos para pensar el vínculo constituido entre el gobierno y los medios masivos de comunicación como un problema “por y con los discursos intermediarios” (p. 34).

Debido a que este trabajo se propone analizar la discursividad de la prensa escrita, son fundamentales los estudios que se preocupan, justamente, por las construcciones de sentido del discurso del periodismo gráfico en torno al kirchnerismo. Entre los análisis que se adentran en esta dimensión se ubican los de Cremonte (2010), Espeche (2010), Hortiguera (2010), Martínez (2010), Califano (2011), Fernández (2011), Stefoni (2013), de Diego (2015), Zunino (2016), Di Paolo (2017) y el de Dagatti y Fernández Navarro (2018). Desde una perspectiva general, estas investigaciones buscan las particularidades y regularidades detectables en la construcción noticiosa de los medios masivos de comunicación al ejercer su rol de agentes clave en las disputas públicas.

Aunque sus estudios presentan recortes temporales que no coinciden con el de esta tesina, Hortiguera (2010), Califano (2011) y de Diego (2015) aportan interesantes análisis para entender los posicionamientos construidos por los periódicos a partir de los acontecimientos que fueron marcando el perfil del kirchnerismo. Mediante el estudio de las modalidades discursivas con las que *Clarín*, *La Nación* y *Página/12* se afianzaron como actores políticos, de Diego (2015) destaca al período presidencial de Kirchner como una fase en la cual el discurso periodístico intensificó su politización. Califano (2011), a partir de la firma del Decreto N°527/05, aquel que incluía la suspensión del cómputo de licencias de radio y televisión por diez años, se interesa en la producción de noticias de los diarios sobre el discurso político de Kirchner. A través de un análisis semántico, la autora manifiesta que las estrategias persuasivas del discurso de la prensa fueron empleadas para diversos fines, tales como resaltar o disimular al agente principal de la acción: el presidente. Hortiguera (2010) se concentra en la representación de la figura de Cristina Fernández en *Clarín* y *La Nación* durante la campaña de 2007. Su texto demuestra que tanto el gobierno como los medios elaboraron una gramática de producción que terminó generando desconfianzas mutuas e incertidumbres sociales.

En esta línea, Cremonte (2010), Fernández (2011) y Zunino (2016) analizan comparativamente las producciones que efectuaron los periódicos sobre el conflicto entre el gobierno y las entidades agropecuarias. Cremonte (2010) contrapone las diferentes maneras de construir el acontecimiento según *La Nación*, *Clarín* y *Página/12*. El investigador concluye que, mientras estos dos últimos mantuvieron un contrato de lectura con cambios mínimos, el primero modificó su contrato al colocarse más próximo a los sectores agropecuarios. Zunino (2016) examina los mismos diarios pero, en su caso, a través de un análisis de contenido de corte cuantitativo. Sus resultados indican, además de una alta competencia entre los contenidos informativos y los publicitarios, una fuerte relevancia del caso en la agenda mediática. Por su parte y a partir del análisis de la relación establecida entre los discursos políticos y los periodísticos, Fernández (2011) reconoce que, más allá de un antagonismo

por intereses económicos, este suceso fue una confrontación por la *actividad identificante*, en la que *Página/12* retomó de manera directa los problemas planteados en el discurso presidencial, mientras que *Clarín* evitó hacerlo.

La intensa disputa de sentidos que originó la Resolución N°125 es revisada también por Martínez (2010), solo que esta autora, además, incluye en su estudio al debate que giró en torno a la promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009. En esta investigación se advierte, más allá de una hegemonía inédita inaugurada por el discurso kirchnerista, una configuración negativa acerca del accionar del gobierno nacional por parte de *Clarín* y *La Nación*, dando visibilidad a los tópicos discursivos que impugnan dicha hegemonía. A su vez, la polémica generada por esa sanción es problematizada por Espeche (2010) y Di Paolo (2017). El primero analiza el tratamiento informativo realizado por el diario *Uno* de Mendoza, el cual, de acuerdo con el autor, construyó un sentido de oposición y deslegitimación sobre el proyecto de ley, aunque su eficacia discursiva se vio afectada por la crudeza de los términos empleados y por la transparencia de sus intereses estratégicos. Por otra parte, Di Paolo (2017) pone el foco en las modalidades enunciativas adoptadas por *Clarín* y *Página/12*. Este análisis revela que, mientras *Clarín* vehiculizó las opiniones de las empresas de medios y grupos privados alineados con la oposición, *Página/12* fue el canal de expresión de las organizaciones de la sociedad civil, trabajadores del sector audiovisual, voces a favor de la propuesta y de los sectores afines al gobierno.

Respecto al debate sobre el compromiso político en la prensa, Stefoni (2013) elabora un artículo que da cuenta de los posicionamientos y normatividades ensayadas por los medios en el espacio público entre los años 2009 y 2011. En su texto se manifiesta que esta controversia generó en la prensa, además de una serie de exigencias con el fin de regular su ejercicio, la exploración de los límites que esta encuentra en su actividad, ya sea por el accionar de las empresas que restringen las posibilidades de realización profesional o por las disposiciones del gobierno en el control de la circulación de la información.

Por otra parte, Dagatti y Fernández Navarro (2018) examinan el tratamiento mediático que hicieron *Clarín*, *La Nación* y *Página/12* sobre la inauguración del Sitio de Memoria ESMA, enmarcada en los festejos del 205° aniversario de la Revolución de Mayo. Atendiendo a los contratos de lectura que estos diarios le proponen a sus destinatarios, los autores indican que, por un lado, *Página/12* destaca la dimensión popular y el ritual de la celebración y, por otro, *Clarín* y *La Nación* sugieren una instrumentalización de la inauguración por parte del gobierno para impulsar la campaña electoral de 2015.

Además de coincidir en el área de estudio, que podría ser denominada como el vínculo de la política con el periodismo, o, si se quiere, entre los gobiernos y los medios de comunicación masiva, estas investigaciones comparten la ambición por analizar, describir y sistematizar una problemática que, luego del llamado *conflicto con el campo*, adquirió características inusitadas. Más allá de la riqueza de sus aportes y reflexiones, lo fructífero de estos estudios, al menos para esta tesina, es que en su gran mayoría adoptan los conceptos acuñados por Verón, fundamentales en el marco teórico y metodológico al que recurre la investigación que aquí se proyecta.

1.2. La interpelación a la juventud en el gobierno de Cristina

Fernández de Kirchner

Aparte de la confrontación que mantuvieron con el periodismo, los gobiernos kirchneristas, en contraste con gestiones anteriores, se caracterizaron por la forma en que interpelaron a la juventud, en especial a partir del fallecimiento del ex presidente Néstor Kirchner en octubre de 2010. Este fenómeno estuvo asociado con la emergencia de una juventud que comenzaba a identificarse con el Estado y por la progresiva incorporación de jóvenes militantes a las filas del kirchnerismo. Encontrar un antecedente semejante al crecimiento de la militancia juvenil que se observó a partir de 2010 no es una tarea sencilla. Si bien la agrupación *La Cámpora* ya había hecho su presentación pública durante ese año, primero en marzo y luego en septiembre en el estadio Luna Park, ninguno de estos actos llegó a ser tan simbólico como la movilización

de jóvenes que se congregaron en el funeral de Kirchner. A partir de ahí, la participación juvenil empezó a ser más activa en los actos convocados desde la presidencia. Esto generó una multiplicación de artículos académicos que, según distintos enfoques, indagaron sobre este particular suceso. Entre ellos se destacan los trabajos de Vázquez y Vommaro (2012), Flax (2013, 2015), Larrondo (2013), Vázquez (2013), Rocca Rivarola (2015) y Carella (2016).

Como advierten Vázquez y Vommaro (2012), la juventud militante, luego de la muerte del ex presidente, cumplió una importante función en la continuidad del proyecto que él mismo había iniciado en 2003. Por otro lado, sostienen que, debido a que esta nueva militancia se componía por jóvenes nacidos en las décadas posteriores a la del setenta y que, aunque sí lo hayan hecho, no alcanzaron a ser partícipes de la militancia peronista, la vinculación con esta doctrina, más allá de su propia identificación, es difícil de precisar. De igual modo, y tal como argumenta Vázquez (2013), la juventud actual se presenta como heredera y continuadora de la generación anterior. La comparación de esta juventud con otras, así sean las juventudes contemporáneas de otros países y de realidades diferentes o las de épocas anteriores, solía aparecer a menudo en el discurso presidencial. Este contrapunto entre la juventud actual y la del setenta se demuestra en uno de los trabajos de Flax (2015).

En otro trabajo, Flax (2013), luego de analizar cuantitativamente la referencia a la juventud en el discurso presidencial, determina que una cuarta parte de este está destinada a los jóvenes. En relación con lo anterior, Carella (2016) agrega que, en su mayoría, estas alocuciones están vinculadas a lo afectivo. El artículo de Larrondo (2013) realza el componente de llamada a la acción, y de una *ética* asignada a la juventud, como rasgo central de la interpelación a los jóvenes en el discurso que el gobierno le destina a ellos. Por su parte, Rocca Rivarola (2015) resalta el valor de estudiar la incidencia de la juventud al convertirse en un interlocutor público de gran relevancia. Comparando las formas de militancia de los sectores oficialistas brasileros y argentinos, la

autora destaca la magnitud de este fenómeno en los *spots* televisivos de las campañas presidenciales de 2010 en Brasil y de 2011 en Argentina.

Si bien en esta tesina no se intenta analizar al discurso presidencial ni mucho menos dar cuenta de la dimensión que adquirió la militancia juvenil durante el kirchnerismo, los aportes de las investigaciones anteriormente mencionadas son de cabal importancia para comprender el lugar que ocupó la juventud en aquellos años, especialmente, durante los mandatos de Cristina Fernández.

1.3. El estudio de las culturas juveniles en las sociedades occidentales

En contextos bien desiguales, las culturas juveniles fueron objeto de notables trabajos enmarcados en distintos paradigmas teóricos y metodológicos. Entre las producciones más destacadas se encuentran las de Whyte (1971) y Park (1999) de la Escuela de Chicago, las de Parsons (1967, 1976) de la corriente funcionalista estadounidense, los postulados marxistas de Gramsci (1981), la investigación estructuralista de Monod (2002), los estudios de Cohen (2017), Hebdige (2004), Willis (2017) y, desde luego, el análisis que Hall y Jefferson (2014) llevaron a cabo en la Universidad de Birmingham.

Empleando técnicas propias de la antropología y la etnografía, tales como la observación participante y la entrevista en profundidad, Park (1999) elabora sus ideas teóricas sobre los conceptos de *contagio social* y *región moral*: los comportamientos discrepantes de los jóvenes hallaban en la libertad de las metrópolis un terreno favorable para difundirse mediante mecanismos de contagio social y, también así, generar regiones morales donde prevalecieran normas y criterios divergentes. Por el contrario, Whyte (1971) indica que la juventud estadounidense, ante la profunda crisis económica y el desempleo masivo que causó la caída de la bolsa en 1929, encontraba en las pandillas lazos afectivos muy fuertes, fundamentados en la ayuda mutua, la lealtad y la identidad de grupo, el cual era considerado como una familia.

Parsons (1967), uno de los referentes del funcionalismo norteamericano, fue quien le otorga la legitimidad científica a las manifestaciones de los jóvenes

al sostener que “la cultura juvenil tiene importantes funciones positivas para suavizar la transición entre la seguridad de la infancia en la familia de orientación a la del adulto maduro en el matrimonio y el estatus ocupacional” (p. 89). Para Parsons (1976), la clase escolar era un órgano de socialización que se proponía desarrollar en los estudiantes las actitudes y las habilidades esenciales para su futuro desenvolvimiento en la vida adulta y prepararlos técnica y anímicamente para el desempeño de sus obligaciones laborales.

Por su parte, Gramsci (1981) registró, mientras estuvo en la cárcel, algunas reflexiones sobre lo que llama la *cuestión de los jóvenes*: “los jóvenes están en estado de rebelión permanente, porque persisten sus causas profundas, sin que se permita el análisis, la crítica y la superación, no conceptual y abstracta, sino histórica y real” (p. 174). La indiferencia, o disidencia, y la violencia, que erróneamente suelen ser asociadas a la naturaleza interna de la juventud, son rasgos de los contextos históricos cambiantes que producen las *crisis de autoridad* (*ídem*). Este concepto y el de hegemonía, esenciales en la obra gramsciana, guardan gran relación con la cuestión de los jóvenes: en la capacidad de dirigir ética y políticamente a través del control ideológico, la educación de las nuevas generaciones aparece como una pieza clave, y, por otro lado, el rol de la juventud es determinante en las crisis de autoridad, que, en definitiva, ponen en evidencia crisis en la hegemonía.

Monod (2002) estudia a las bandas francesas valiéndose del método usado por Lévi-Strauss. Más allá de las comparaciones entre las representaciones sociales de las pandillas y las imágenes tradicionales del hombre primitivo, su análisis se basa en los tópicos clásicos del estructuralismo: el parentesco, el lenguaje, el ritual y el mito. Las bandas cumplen funciones que en otros contextos son realizadas por la familia, comparten significados construidos a partir de la metamorfosis creativa del lenguaje, ritualizan las tensiones y los conflictos entre sus miembros o en las contiendas con otros grupos sin llegar a considerarlas situaciones violentas, y, por último, en la aparente mezcla de

estilos, gustos, formas de vestir y lugares de encuentro subyace un complejo sistema de oposiciones binarias que construyen al mito.

Según Hall y Jefferson (2014), los estilos de la juventud expresan formas de resistencia ante los sistemas de control social, cultural y político impuestos por el poder. En plena campaña de orden por parte de la sociedad británica, Cohen (2017) desarrolla el proceso de invención en el que las bandas son consideradas por el periodismo como *demonios populares* e inaugura así un nuevo campo de investigación: el estudio del etiquetado social de los estilos juveniles a cargo de los medios masivos de comunicación. En su análisis, Hebdige (2004) demuestra que las tensiones entre los grupos dominantes y los subordinados se pueden encontrar reflejadas inclusive en los objetos cotidianos cuando son dotados de diferentes significados. En otro orden de ideas, Willis (2017), mediante entrevistas grupales, descubre que la escuela, paradójicamente, tenía la misión de fomentar el desinterés por los estudios entre los jóvenes de origen obrero con el fin de que asumieran tareas propias de su clase y relacionadas con la destreza manual.

Si bien es indudable la trascendencia que tuvieron estas investigaciones, la presente tesina se vale especialmente de los estudios efectuados por Feixa (1998, 2004, 2014) y del trabajo que realizaron conjuntamente Feixa y Nofre (2012). Por otra parte, como aseveran estos autores, el concepto de culturas juveniles engloba otras nociones, como las de subcultura, microcultura, *gang* y contracultura. Este estudio pone especial atención en esta última categoría, ya que la revista *Rolling Stone* se funda en el año 1967, momento en el que las contraculturas juveniles encontraban su punto más alto de visibilidad. En este sentido, pese a la riqueza de los artículos como el de Urresti (2002), los trabajos de Marcuse (1969) y Roszak (1981) son más que interesantes, entre otras cosas, porque fueron los primeros estudios acerca de este fenómeno.

1.4. La revista *Rolling Stone* de Argentina como objeto de análisis

En cuanto a las investigaciones, de las cuales también se nutre esta tesina, que toman como objeto de estudio a la edición argentina de la revista *Rolling*

Stone se sitúan los trabajos de Balmaceda (2008), Bertoldi (2009), Igarzábal (2010), Pannuzzo (2014), Vismara (2015) y el de Cazabet y Bonini (2016).

En su tesina de grado, Balmaceda (2008) se concentra, con el propósito de determinar los rasgos del lector modelo, en las características estilísticas de las publicidades que componen los distintos números que edita la revista. A través de este análisis, la autora describe aquellas competencias culturales de las cuales el lector de *Rolling Stone* debe valerse no solo para entender el sentido del mensaje publicitario, sino también para sentirse interpelado.

Considerando a los medios de comunicación masiva como productores de la realidad y, a su vez, como moldeadores de la opinión pública, Bertoldi (2009) analiza el modo en que *Rolling Stone* construye las noticias. Este estudio no se fija solamente en el tratamiento que la revista hace sobre las temáticas del ámbito musical, sino que también se concentra en aquellos artículos que desarrollan asuntos sociales, ambientales y políticos. La autora observa los aspectos del discurso, las modalidades del decir, las formas de exposición de las noticias y, además, el contrato de lectura mediante el cual se puntualiza la relación que este medio le propone al lector. Este trabajo demuestra que la motivación por producir noticias que excedan a lo musical reside en la intención de la revista por constituir un movimiento ideológico, con valores y posturas capaces de representar a un sector etario y social de la población, también interesado en los temas de la esfera política.

Tanto Igarzábal (2010) como Vismara (2015) centran sus investigaciones en torno a la tragedia ocurrida en 2004 durante un recital de la banda *Callejeros* en el boliche *República Cromañón*. El primero estudia el tratamiento que dieron a este hecho las revistas *Rolling Stone*, *Soy Rock* y *La Mano*, las que, en aquel momento, eran los medios gráficos dedicados a la música de mayor tirada en el país. El autor propone un análisis cuantitativo que da cuenta de la cantidad de artículos que se refieren a esta catástrofe y, por otro lado, un análisis cualitativo que desglosa los artículos más representativos de cada revista para precisar sus diferentes puntos de vista. Vismara (2015) también

analiza las publicaciones de *Rolling Stone* y *Soy Rock* para conocer si hubo continuidades o rupturas en sus discursos a partir del fatídico caso.

Por otro lado, Pannuzzo (2014) focaliza su tesina de grado en los conceptos de *cultura* y *consumo*. El autor, además de caracterizar a *Rolling Stone* no como una revista de cultura joven sino como una revista de *consumo joven*, la define como constructora y vocera de una subcultura dominante dentro de la cultura joven. Este segmento juvenil, vinculado con consumos culturales y clasistas, es denominado en este estudio como la *subcultura rolling stone*. Para el analista, la revista se dirige a un sector de la juventud poseedor de determinadas competencias que le son útiles para distinguirse de sus pares y de cierto poder adquisitivo para consumir lo que ofrecen las publicidades. Por tanto, pertenecer a una cultura implica también pertenecer a un *habitus*.

La tesina de Cazabet y Bonini (2016) se propone analizar la representación de la juventud construida por *Rolling Stone*. Para ello, traza una triangulación metodológica entre los enfoques discursivos y de contenido a partir de la cual logra demostrar que la revista no construye una juventud homogénea. Por un lado, representa a la juventud actual, anclada en sus rasgos postmodernos, de gustos diversos, consumista, abierta a los cambios tecnológicos, apolítica y apartidista. Por otro lado, representa a una juventud basada en la nostalgia de un tiempo pasado y construida a partir de su modo de vida juvenil.

Las propuestas de estas tesinas de grado son más que interesantes, entre otros aspectos, por el hecho de que se concentran en asuntos que van más allá de la cuestión musical, lo cual resulta relevante teniendo en cuenta que su objeto de análisis se ubica dentro del género de revistas de música o, en otras palabras, revistas cuyo interés principal es, precisamente, la música. Por otro lado, los enfoques teóricos que dan sustento a las investigaciones se nutren de las perspectivas que también son recuperadas en esta tesina. Sin embargo, en estas producciones académicas no se procura analizar los discursos que construye *Rolling Stone* con relación a un gobierno o fuerza política determinada. Por lo tanto, es en este punto donde el trabajo que aquí

se diseña puede realizar un aporte significativo al universo de estudio del análisis de los discursos y al campo del saber de la comunicación social.

2. Marco teórico-metodológico

2.1. Marco teórico

Cuando se piensa en un estudio sobre cómo los medios de comunicación masiva construyen discursos y, al mismo tiempo, se posicionan políticamente respecto de un gobierno, al analizarlo de acuerdo a sus interpretaciones, se está instalando a la producción discursiva como eje de indagación.

En esta tesina, aunque sea puesto en relación con otros conceptos, lo que asume la condición de categoría teórica central es el discurso y, en especial, el discurso informativo. La puesta en diálogo de diferentes núcleos temáticos suele ocasionar ciertas tensiones, pero pueden ser sorteadas a través de un recorrido teórico preciso. Igualmente, la articulación de conceptos, definidos desde perspectivas específicas, desenmascara un abordaje interdisciplinario, nutrido no solo de los aportes de la comunicación social sino también de los estudios de otras áreas como la economía, la política y la cultura.

Es por tal motivo que esta tesina, más allá de la posibilidad de articular los debates políticos públicos con las estructuras de propiedad de las empresas mediáticas, suscribe a los planteos de una tradición teórica centrada en la producción social de sentidos. Se puede sostener, lejos de la exhaustividad y con la intención de recorrer representativamente sus principales discusiones teóricas, que esta tradición tiene su inicio con la corriente estructuralista, la que se interesa en el signo lingüístico como eje, producto y productor de una estructura lingüística. En los comienzos del siglo XX, Ferdinand de Saussure (1994) definió a la lengua como una estructura y al signo como un elemento binario compuesto por un significante y un significado. Con esto, dio sustento a la lingüística como área de estudio de las reglas del sistema del lenguaje a través de las cuales se produce el sentido, distanciándose de los usos que se hicieran de ella, de la consideración de la naturaleza social del lenguaje y de sus relaciones con el contexto.

Cincuenta años más tarde, Roland Barthes (1970), retomando los conceptos saussureanos, amplió la noción de signo a otros sistemas de significación y formuló la primera definición de semiología: es la que adopta como objeto a todo sistema de signos, cualquiera sea su materialidad. Esta definición forma parte de los aportes difundidos a partir de 1960 por el Centro de Estudios de las Comunicaciones de Masas, que lideraron Barthes y Edgar Morin. De esta institución francesa fue miembro el semiólogo argentino Eliseo Verón.

En los años setenta, esta tradición posibilitó la emergencia de la categoría de discurso como producto conceptual de la ruptura con la disciplina lingüística (Verón, 1993). La Teoría de los Discursos Sociales de Verón se construye no a partir de la amplificación de la problemática lingüística, sino pensando en lo que él mismo especifica como *semiología de tercera generación*. Desde el punto de vista veroniano, el objeto no es el mensaje mismo sino “el proceso de producción/reconocimiento del sentido, sentido para el cual el mensaje no es más que el punto de pasaje” (2004: 182). Esto explica el quiebre con los estudios del lenguaje, ya que no supone la existencia de una realidad externa a lo discursivo, sino que es en la misma red interdiscursiva de la semiosis social, entendida como “la dimensión significativa de los fenómenos sociales” (1993: 125), donde se vuelve posible la construcción de lo real.

2.1.1. El discurso como manifestación material, dinámica, histórica y social

Esta concepción acerca de la discursividad social asume características de funcionamiento comparables a las del modelo de signo, y de pensamiento, desarrollada por Charles Peirce (1974). En el esquema ternario que plantea el autor, el signo es algo que está en lugar de otra cosa, es decir el objeto, en virtud de una tercera cosa, el interpretante, que funciona como mediadora y produce un nuevo signo. Dicho proceso permite las relaciones triádicas entre signos que, a su vez, conforman nuevos signos. Esta definición del signo es para Verón la base de la discursividad social. Así, el discurso y el signo son materiales, porque están en soportes perceptibles a los sentidos humanos;

son dinámicos, debido a que no tienen un solo significado; son históricos, ya que ese significado no es universal; y son sociales, por su intersubjetividad.

Del mismo modo que para Peirce no puede existir conocimiento sin signos, para Verón no hay fenómeno social que no produzca sentido. Sobre el funcionamiento de la semiosis social, la Teoría de los Discursos Sociales se basa en una doble hipótesis: “toda producción de sentido es necesariamente social” (Verón, 1993: 125), ya que resulta imposible describir un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas; y, por otro lado, “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis” (*ídem*). El sentido se produce a partir de un proceso compuesto por tres instancias: la producción, la circulación y el reconocimiento de los discursos. Estos se producen y reciben al interior de una red: entre las condiciones de producción y las de reconocimiento hay siempre otros discursos.

Con el deseo de estudiar la comunicación social, Verón articula, entre otras perspectivas, la peirceana y la barthesiana, y reflexiona sobre cómo analizar la producción de sentido en el tiempo a partir de un sistema productivo de textos que circulan y se reciben en la sociedad. Aquí, el interés está en la relación que se establece entre el lenguaje y la sociedad, a través de los discursos, y la posibilidad de pensar a la sociedad desde el sentido.

Desde esta perspectiva, el discurso es “una configuración espacio-temporal de sentido” (Verón, 1993: 127). Esto no quiere decir que sea una forma de utilización del lenguaje, por el contrario, con esta noción se denomina a “todo conjunto significativo considerado como tal (es decir, como lugar investido de sentido), sean cuales fueren las materias significantes en juego” (2004: 48), como lo pueden ser el lenguaje, el cuerpo o la imagen. Asimismo, es definido como una categoría teórica que puntualiza un enfoque de los fenómenos de sentido y, simultáneamente, una forma de acercamiento a los materiales empíricos, a saber, los textos. Al nivel empírico, Verón (1995) lo llama texto y corresponde a los *paquetes de lenguaje* que circulan en la sociedad de forma

escrita, oral o también en combinación con otras que no pertenecen al lenguaje. Como objeto independiente de su manera de abordaje, el texto es el punto de salida para producir el concepto de discurso.

Partiendo del carácter social y humano de la producción de sentido, diversos enfoques intentaron delimitar y problematizar la categoría de discurso, de acuerdo con sus preocupaciones teóricas y empíricas, e incluso muchos de ellos fueron empleados en estudios de la prensa o en análisis de discursos de la información. Además de la Teoría de los Discursos Sociales, se pueden enumerar como líneas fundamentales a la pragmática, la tradición francesa y la teoría y sociología política. Sin embargo, la formulación acuñada por Verón acerca del discurso, surgida en investigaciones sobre dispositivos mediáticos y procesos de mediatización, es la que permite un mejor desarrollo de la concepción del discurso informativo como producto de relaciones de conflicto y, por lo tanto, funcionará aquí como principio teórico.

2.1.2. El discurso informativo como arena de disputas por el sentido

La característica principal del discurso de la información es la generación de actualidad, que no es más que una producción de la realidad social como experiencia colectiva (Verón, 1987). La actualidad existe “en y por los medios informativos” (p. 4), lo cual demuestra que los acontecimientos asumen su perfil periodístico solo a partir de que son construidos por los medios. Tal como apunta Verón (1993), “un discurso, cualquiera que fuere su naturaleza o tipo, no refleja nada; él es solo punto de pasaje de sentido” (p. 128).

Es en este ejercicio constante de construcción de actualidad donde la prensa encuentra una forma para intervenir en los debates políticos coyunturales de un país. En los mandatos presidenciales de Cristina Fernández, el rol político de los medios de comunicación masiva se potenció, entre otros factores, por la concepción de comunicación que elaboró este gobierno. Por esto y porque comparten la dimensión polémica y el mismo tipo de lenguaje, es usual que la discursividad informativa sea considerada también como política.

En este contexto histórico, se produjo entre los gobiernos kirchneristas y la prensa una doble dinámica que abarca, por un lado, una mediatización de la política y, por otro, una politización de lo mediático. Aquel primer movimiento implica una imposibilidad de diferenciación, donde la discursividad política incorpora los métodos productivos propios de los medios de comunicación (Verón, 1998). Es un proceso que se activó en Argentina durante los años ochenta, a partir de la crisis del campo político causada por el progreso acelerado del periodismo como constructor de la actualidad y por la ambición de los actores políticos por adquirir las lógicas de una comunicación política estructurada por el marketing. Aquí, “es lo político lo que ha perdido terreno en relación con los medios: tratando de lograr el dominio de los medios a toda costa, los políticos perdieron el dominio de su propia esfera” (p. 230).

En el otro movimiento, el de la politización de lo mediático, son los discursos periodísticos los que adoptan las características lingüísticas que usualmente conforman la palabra política. Es un procedimiento que se explica en dos sentidos complementarios (de Diego, 2015): uno *tradicional*, en el cual los productos mediáticos intervienen de manera activa en la arena política como aliados, opositores o ambivalentes de las instituciones políticas, asumiendo características lingüísticas que por lo general caracterizan al discurso político y practicando funciones polémicas semejantes; y otro *disruptivo*, en el que acontece una desnaturalización de los sentidos de los discursos informativos a partir de una problematización y puesta en debate de sus condiciones de producción. La politización del discurso de los medios de comunicación, en el sentido tradicional, es una práctica bastante habitual en el periodismo, sin embargo, en el sentido disruptivo fue un factor clave durante el kirchnerismo, ya que se desarrolló en un marco de denuncia pública de los funcionarios hacia las voces de las empresas periodísticas, siendo estas cuestionadas con respecto a su legitimidad como productores de verdades.

Hay una diferenciación trazada por Verón (1998) en la que se describe al discurso político como constructor de colectivos de largo plazo y al mediático

como promotor de la conformación de colectivos asociados, en el corto plazo, al imaginario de lo cotidiano y a los comportamientos del consumo. Por su parte, de Diego (2014) agrega que, a pesar de que el periodismo interviene en polémicas con los actores políticos y defiende intereses sectoriales, “su participación discursiva en el espacio público responde a lógicas diferentes a nivel de la discursividad” (p. 27). Acá, el discurso mediático adquiere rasgos lingüísticos que lo politizan, y es precisamente esa politicidad la que, a nivel de la producción social de sentidos, caracteriza su participación polémica.

Más allá de la diferenciación trazada por Verón (1998), en la que describe al discurso político como constructor de colectivos de largo plazo y al mediático como promotor de la conformación de colectivos asociados, en el corto plazo, al imaginario de lo cotidiano y a los comportamientos del consumo, de Diego (2014) sostiene que, a pesar de que el periodismo interviene fuertemente en polémicas con los actores políticos y defiende intereses sectoriales, “su participación discursiva en el espacio público responde a lógicas diferentes a nivel de la discursividad” (p. 27). Acá, el discurso mediático adquiere rasgos lingüísticos que lo politizan, y es precisamente esa politicidad la que, a nivel de la producción social de sentidos, caracteriza su participación polémica.

Retomando a Verón (2004), para definir al discurso informativo como un tipo específico es necesario conceptualizar, “por un lado, su articulación con la red tecnológica de los medios y con los sistemas de normas que rigen la profesión de periodista y, por otro, sus modalidades de construcción de un único destinatario genérico, el ciudadano habitante” (p. 196), comprometido en las diversas rutinas de apropiación del espacio-tiempo de lo cotidiano.

Un medio de comunicación es, según Verón (1999), “un soporte tecnológico inserto en una sociedad, asociado a prácticas determinadas de producción y apropiación” (p. 145). Con este término es denominado “no solamente un dispositivo tecnológico particular (por ejemplo, la producción de imágenes y de sonidos sobre un soporte magnético) sino la conjunción de un soporte y de un sistema de prácticas de utilización (producción/reconocimiento)” (2004:

194). Se trata entonces de “un concepto sociológico y no tecnológico” (*ídem*). Con el supuesto de que toda comunicación es mediada, en razón de que “implica necesariamente una materialización bajo una forma sonora, visual o del tipo que fuere” (2013: 144), los medios como categoría refieren a “los usos de las sucesivas tecnologías de comunicación, tal como estos usos se estabilizaron a lo largo de la historia” (*ídem*).

La prensa escrita presenta un dispositivo de enunciación propio que Verón (1985) llama *contrato de lectura*. Este nexo, establecido entre el soporte y su lectura, esboza el límite entre lo que ya es conocido y lo que se va a ofrecer como información. “En el caso de las comunicaciones de masas, es el medio el que propone el contrato” (p. 2); en los medios gráficos, por su parte, “hay un enunciador que le propone a un destinatario ocupar un lugar” (2004: 179). A este destinatario se lo considera como una imagen discursiva que alude a quienes se construyen como posibles sujetos de interpelación y no a los receptores concretos del discurso. En el caso de la revista *Rolling Stone*, la cual será estudiada en esta tesina, la construcción de estos sujetos, como se constatará más adelante, estaría vinculada con la noción de cultura joven.

2.1.3. Las culturas juveniles como micro-sociedades

Aunque el concepto de cultura juvenil fue empleado por primera vez en los años '20 por la sociología estadounidense y alemana para bautizar el brote de una nueva cultura entre adolescentes, “no fue sino hasta la década de 1960 cuando le fue atribuido cierto reconocimiento epistemológico gracias, entre otros factores, a la aparición de la sociedad de consumo y los aportes de la sociología Estructural Funcionalista” (Feixa y Nofre, 2012: 1). A partir de ese momento, muchas escuelas de investigación indagaron, desde varias disciplinas y de manera profunda, sobre las manifestaciones de los jóvenes.

Un académico que se dedicó a la investigación antropológica de las culturas juveniles, hasta hacer de estas la materia central de sus trabajos, y a quien consideran el pionero de estos estudios en Iberoamérica, es Carles Feixa. El catedrático de la Universidad de Lérida, poniendo en diálogo investigadores

americanos y europeos, logró generar un recorrido histórico y transcultural por el concepto de juventud para esclarecer las discusiones entre ciencias sociales y estudios culturales con relación a los que llegaron a ser actores protagónicos en la vida social y política del mundo contemporáneo.

Feixa (1998) define, en un sentido amplio, a las culturas juveniles como “la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional” (p. 84). Más precisamente, alude a

la aparición de micro-sociedades juveniles, con grados significativos de autonomía respecto de las instituciones adultas, que se dotan de espacios y tiempos específicos y que se configuran históricamente en los países occidentales tras la Segunda Guerra Mundial, coincidiendo con grandes procesos de cambio social en el terreno económico, educativo, laboral e ideológico. (Feixa, 1998: 84)

Las culturas juveniles, agrega Feixa (2004), se reflejan en estilos visibles y *espectaculares*. Los estilos son “la manifestación simbólica de las culturas juveniles, expresada en un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales, que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo” (1998: 97). Dichos elementos, que no son más que valores, actividades y objetos culturales, son apropiados, transformados, reorganizados y sometidos a procesos de resignificación. Esos estilos, que tienen una existencia histórica concreta en la que por un tiempo atraen la atención, aunque luego puedan desaparecer, y que se exhiben en la escena pública, “corresponden a la emergencia de la juventud como nuevo sujeto social y se basan en la difusión de los grandes medios de comunicación, de la cultura de masas y del mercado adolescente” (2004: 22).

Ya que el estilo “depende de los gustos estéticos y musicales, pero también de los grupos primarios con los que el joven se relaciona” (Feixa, 1998: 87), se puede analizar a las culturas juveniles desde dos perspectivas (Feixa y Nofre, 2012). Por un lado, atendiendo al plano de las condiciones sociales,

que en el seno de una estructura social determinada son el “conjunto de derechos y obligaciones que definen la identidad del joven” (Feixa, 2004: 22), fundadas por elementos derivados de la generación, el género, la clase, la etnia y el territorio. Por el otro, desde las imágenes culturales, interpretadas como el grupo de atributos ideológicos y simbólicos concedidos a los jóvenes o adjudicados por ellos mismos “provenientes de la moda, la música, el lenguaje, las prácticas culturales y las actividades focales” (1998: 88).

Considerando que “las culturas juveniles no son homogéneas ni estáticas” (Feixa, 2004: 22), se evidencia una dificultad en el intento de definir límites o marcar fronteras. Con respecto a la franja etaria, “la cultura juvenil presenta unos límites crono biográficos que superan los propios límites de lo que comúnmente llamamos juventud” (Feixa y Nofre, 2012: 2). Por otra parte, y teniendo en cuenta que la noción de culturas juveniles remite a la forma en que los jóvenes expresan sus prácticas sociales a través de la producción y reproducción de estilos de vida, los márgenes de estos últimos son muy poco estrictos y los intercambios entre unos y otros son cada vez más diversos y numerosos (Feixa, 2004). Esto explica el hecho de que los jóvenes no suelen identificarse con un único estilo, sino que son influenciados por muchos o inclusive se apropian de elementos sueltos de varios estilos diferentes para construir su propia identidad social (Feixa y Nofre, 2012).

Así como prefiere el término de culturas por sobre el de subculturas con el fin de apartar los usos desviacionistas, Feixa (1998) utiliza el plural para señalar su heterogeneidad interna. Esta postura cambia el modo de poner el foco, transfiriendo “el énfasis de la marginación a la identidad, de las apariencias a las estrategias, de lo espectacular a la vida cotidiana, de la delincuencia al ocio, de las imágenes a los actores” (p. 85).

El estudio de la articulación social de estas culturas puede ser abordado desde tres escenarios (Hall y Jefferson, 2014). En primer término, la cultura hegemónica es la que ejerce el poder cultural en diversas instancias y a través de instituciones como la escuela, el sistema productivo, los medios de

comunicación y los órganos de control social. En segundo lugar, las culturas parentales son entendidas como las grandes redes culturales que refieren las normas de conductas y los valores vigentes compartidos entre los miembros de generaciones diferentes. Por último, las culturas generacionales aluden a la experiencia específica que los jóvenes adquieren con el grupo de iguales, sobre todo en los espacios de ocio o ámbitos en los que fundan sus áreas de sociabilidad, identificándose con comportamientos determinados y adoptando valores distintos a los del mundo adulto (Feixa, 1998).

2.2. Marco metodológico

Como el objetivo general de la presente tesina es indagar la construcción del posicionamiento adoptado por la edición argentina de la revista *Rolling Stone* durante la presidencia de Cristina Fernández, se realizará un análisis de los discursos periodísticos referidos a acontecimientos políticos, articulando el rol de los medios de comunicación como productores de la actualidad. Este trabajo, cuyo principal interés se concentra en los procesos de producción de sentido, busca enlazar las problemáticas teóricas de los discursos sociales con la producción discursiva de la prensa escrita y las disputas de sentido en las que interviene la revista al momento de construir los acontecimientos.

En el estudio de la producción significativa, en este caso, de una revista, una precisa distinción de los niveles analíticos, que además remiten a diversos enfoques de abordaje de un soporte gráfico como objeto de análisis, permite despejar los problemas metodológicos que suelen aparecer al definir el modo de acercamiento a los materiales discursivos. En esta investigación, el objeto de análisis es comprendido como un actor político que interviene en disputas políticas, pero también como un conjunto polifónico y heterogéneo de tipos diversos de discursos, géneros, subgéneros, formatos y autores. Por ello, se trata de un análisis discursivo abordado desde el punto de vista institucional.

En el plano discursivo, como la unidad de análisis es un dispositivo habitado por las tensiones de los subgéneros periodísticos y de las subjetividades, la atención se focaliza en la dinámica interna que se produce entre los distintos

discursos y en la forma en que se incorporan voces divergentes que pueden alterar la posición política general de la publicación. Pero, desde un enfoque institucional, la unidad analítica es el discurso del medio en su conjunto, que circula como producto de una institución a la cual representa y suscribe. En cada artículo periodístico hay huellas del proceso de producción de la noticia que construye un medio y, como tal, forma parte de su voz como empresa.

Del mismo modo, desde esta perspectiva se sostiene que existe una serie de regularidades productivas que se imprimen en el proceso de la elaboración noticiosa y que delimitan los márgenes de lo escribible. Cada uno de estos artículos responde a ciertas lógicas productivas, y de esta forma componen un conjunto que comparte lineamientos tanto en los contenidos como en las modalidades enunciativas. Es decir, las decisiones de cada autor individual están subordinadas a las del medio gráfico, que es quien decide la inclusión o la exclusión de los textos y, de ser incluidos, la jerarquía que les otorgará. Aun así, a pesar de sus aspectos polifónicos y contradictorios, los elementos comunes pueden ser estudiados como parte de una intervención pública que configura determinados posicionamientos institucionales e incide en debates y definiciones sobre el poder político. Según Verón (2004), la prensa escrita representa un terreno interesante para “abordar lo complejo como tal, en su propio nivel, sin caer en la ilusión de suponer que, partiendo de lo simple, por composición y con paciencia, se puede llegar a lo complejo” (p. 194).

En cualquier práctica analítica semejante a la que aquí se diseña, la propia complejidad de los textos también representa un problema, debido a que se encuentran habitados por una multiplicidad de marcas que dejan huellas de una inmensidad de condiciones productivas. Estas pueden relacionarse con las condiciones sociales de producción, la subjetividad del autor empírico, el estilo de escritura, la polifonía enunciativa, el plano inconsciente, entre otras. Entonces, una cuestión fundamental es plantear un análisis que sea capaz de poner en diálogo permanente los presupuestos teóricos, los objetivos y los materiales de análisis, sin desatender al contexto social en el que estos

fueron producidos, mediante el cual, además, se interpreta a los textos de la prensa como manifestaciones de quienes construyen la actualidad e incluso como piezas sumidas en un debate político en torno a los destinos del país.

Con el propósito de definir tipos de funcionamiento discursivo asociados a determinadas condiciones de producción, esta investigación, como se viene señalando, se inscribe en el campo del análisis de los discursos. Estas condiciones productivas, así como las de reconocimiento, contienen siempre otros discursos, los cuales son entendidos como dimensiones determinantes para comprender las propiedades y operaciones de los discursos sometidos al análisis. Al igual que las *propiedades* de un texto son los componentes que lo definen, las *operaciones*, invisibles en la superficie textual, tienen que ver con la asignación de sentido por parte del investigador, quien da cuenta de la interpretación de marcas en cuanto huellas de las condiciones de producción discursiva (Verón, 2004). Estos rastros demuestran que, si las condiciones productivas cambian, también lo hace el discurso, por lo cual una misma propiedad lingüística contribuye de diferentes modos, en distintos contextos, al efecto de sentido general de un discurso.

De acuerdo con Verón (1993, 2004), el acercamiento a la materia significativa puede ser a través del análisis *en producción*, *en reconocimiento* y, si se concentra en el *desfase* entre estas dos instancias, sobre la *circulación*. En esta tesina, debido a que la atención recae sobre las condiciones en las que fueron generados los discursos, con el objetivo de reconocer invariantes enunciativas, se planifica un análisis en producción. El análisis de los textos tiene lugar a partir de dos preocupaciones que se entretajan a lo largo de todo el trabajo analítico: los contenidos, que remiten a lo que la revista *Rolling Stone* dice en torno a las cuestiones políticas; y las modalidades, es decir, las formas enunciativas en que este medio construye sus discursos.

El análisis de los discursos es, en términos de Verón (1993), “la descripción de las huellas de las condiciones de producción en los discursos” (p. 127). Según el autor,

los objetos que interesan al análisis de los discursos no están en los discursos y tampoco están fuera de ellos, sino que son sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de producción y sus condiciones de reconocimiento. (Verón, 1993: 127)

Aquí, son esenciales las *gramáticas de producción*, que no aparecen por sí solas ante el analista, sino que surgen de su propio trabajo. Estas reglas son descripciones de “operaciones de asignación de sentido” (Verón, 1993: 129), reconocibles a partir de marcas presentes en las materias significantes. Al definir la relación entre una propiedad significativa y sus condiciones, “estas marcas se convierten en huellas de uno u otro conjunto de condiciones” (*ídem*). Lo que se busca, entonces, es reconstruir las relaciones al interior del campo periodístico, es decir, entre los discursos de la revista.

En este caso, el análisis discursivo es pensado a partir de su vinculación con las condiciones productivas o con la situación de enunciación. Así pues, lo que le concierne a esta investigación es “la descripción de la configuración compleja de condiciones que determinan el funcionamiento de un sistema de relaciones sociales en una situación dada” (Sigal y Verón, 2008: 16). Desde este punto de vista, las condiciones de producción contienen un nivel de determinación de los discursos sociales, visible solo a partir del análisis, que “remite a los vínculos que mantiene el sentido con los mecanismos de base del funcionamiento social” (Verón, 1995: 12).

Ya sea siguiendo los aportes del campo disciplinar de la comunicación social o del análisis de los discursos, en el plano enunciativo o en el situacional, contemplando conocimientos tanto lingüísticos y semióticos como políticos, sociológicos y culturales, el propósito aquí es recuperar, mediante el rastreo de marcas o huellas, regularidades significativas que precisen los principales lineamientos de la revista *Rolling Stone* al construir su posicionamiento en torno al poder político y, específicamente, al gobierno de Cristina Fernández.

Independientes de las ideologías deterministas y elecciones individuales, los posicionamientos políticos componen un fenómeno complejo que refiere en

gran medida a la dinámica propia de la conflictividad que rodea la lucha de intereses, a las negociaciones internas entre los trabajadores de prensa y así también a las tradiciones interpretativas de los medios de comunicación masiva en su papel de instituciones políticas.

2.2.1. La construcción del corpus de análisis

Previo al análisis de los discursos, una tarea elemental es la construcción de un corpus de análisis. Dicha composición resulta de las decisiones teóricas y epistemológicas surgidas a partir de las preguntas de investigación y remite a una teoría del discurso social. Esta es una teoría del observador, quien tiene que *abandonar el punto de vista del actor* (Sigal y Verón, 2008). El lugar de un analista no coincide con el de un consumidor de discursos mediáticos, su posición es “siempre relativa, o, si se quiere, metodológica, o aun: transitoria” (p. 17), debido a que “implica pues un desplazamiento, supone atravesar una frontera, colocándose en un juego para observar otro” (*ídem*). Entonces, para Verón (1993), el investigador adopta una posición *metadiscursiva*, diferente a la que ocupan las condiciones productivas del discurso. Cuando admite a los discursos como objetos de estudio, el analista puede salir por un momento de la red semiótica. Su mirada está mediada no solo por el método, sino también por los instrumentos aplicados a las superficies discursivas.

En este caso, el análisis de los discursos construidos por la revista *Rolling Stone* se realiza sobre aquellos que se publicaron de manera impresa en la sección *Asuntos Internos* a lo largo de los dos mandatos presidenciales de Cristina Fernández, es decir, desde diciembre de 2007 hasta diciembre de 2015. Es necesario aclarar que la sección antes mencionada no forma parte de cada una de las ediciones de la revista. Se trata, tal como la que lleva el título de *Asuntos Externos* y se ocupa de los temas de política internacional, de una sección inconstante. De todos los números que se editaron durante ese período y teniendo en cuenta que es una revista de publicación mensual, la sección destinada a la política nacional solo estuvo presente en cuarenta oportunidades. Por lo tanto, a esa cantidad de piezas asciende el universo de

discursos. Esta recolección de los materiales textuales, que obedece a un objetivo de análisis general, fue sometida a una selección, que atiende a objetivos más específicos, deconstruyendo y reconstruyendo los diferentes materiales. Por lo cual, de aquella totalidad de notas fueron extraídas quince. En esta separación, los artículos que prevalecieron fueron los que tienen una relación estrecha con los hechos y las medidas más relevantes del gobierno y con uno de los conceptos centrales de esta tesina, el de culturas juveniles.

El recorte temporal elegido en esta investigación responde a dos cuestiones: por un lado, fue un período en el que irrumpió un conflicto que enfrentaría a los principales multimedios del país con el gobierno nacional; y por otro, se trata de una etapa en la cual, después de mucho tiempo, la juventud volvió a ser interpelada por el Estado. El apreciable acrecentamiento de la militancia juvenil, acoplado a su incorporación a los debates políticos y su participación cada vez más activa en los actos presidenciales, ubicó a los jóvenes como destinatarios privilegiados de los discursos de Cristina Fernández.

3. Las culturas juveniles en las sociedades occidentales del siglo XX

El hecho de que las ciencias sociales hayan adoptado a las culturas juveniles como objeto de sus estudios está directamente relacionado con los contextos políticos, económicos y sociales en los que estas se exteriorizaron. Cinco de los principales paradigmas teóricos-metodológicos han analizado las culturas generacionales que surgieron en los países occidentales desde el inicio del siglo XX hasta los primeros años de su segunda mitad, momento en el que, según los analistas, nació la máxima expresión de una cultura de jóvenes.

3.1. La Escuela de Chicago

La ciudad de Chicago, atravesada por un veloz crecimiento urbano causado por la industrialización y los flujos migratorios, es una clara muestra de la transformación que tuvo lugar en Estados Unidos a comienzos del siglo XX. Sus barrios periféricos ofrecían ciertas ventajas para la formación de bandas juveniles y pandillas callejeras. Una prueba de la extensa cantidad de estos grupos es el título del libro “La pandilla, un estudio sobre 1313 pandillas en Chicago”, editado por Thrasher en 1926 tras siete años de trabajo de campo.

Por su peculiar aspecto, pero en especial por su resistencia a la autoridad y sus actividades supuestamente delictivas, las pandillas captaron la atención de los sociólogos de la Universidad de Chicago. Bajo el liderazgo de Park, la *escuela ecológica*, además de ser reconocida por sus indagaciones sobre la composición social de la ciudad y la interacción de los grupos que surgían en el nuevo ecosistema urbano, fue pionera en el análisis de la marginación y la delincuencia. Sus trabajos intentaban mostrar que la desorganización social existente en los suburbios provocaba la degeneración juvenil (Feixa, 1998).

Es enorme el aporte de la Escuela de Chicago al conocimiento de los estilos juveniles, aun así, “el predominio de una perspectiva criminológica puede explicar una concentración de las investigaciones en aquellos períodos de crisis social o depresión económica en que la sociedad estadounidense ve en las bandas juveniles una amenaza para su estabilidad” (Feixa, 1998: 52).

3.2. El funcionalismo estadounidense

Tras la Segunda Guerra Mundial, los jóvenes se volvieron consumidores de los productos que difundía la *industria cultural* (Adorno y Horkheimer, 1988). El núcleo de la vida social de la juventud norteamericana se hallaba en los colegios que, además de brindar una formación académica, eran un espacio para la sociabilidad de uso exclusivo para sus alumnos (Feixa, 2014). Esta resignificación de las instituciones educativas, con la aparición de actividades de esparcimiento y el retardo a la hora de introducirse al ámbito profesional, establecieron una progresiva división generacional: los adolescentes vivían en un mundo cada vez más separado al de los adultos, en el que construían su propio sistema de valores, lenguajes y símbolos (*ídem*, 1998).

Fue Parsons quien le dio la legitimidad científica al nacimiento de una cultura urbana entre los *chicos de colegio* (Feixa y Nofre, 2012). La multiplicación de grupos etarios que pasaban la mayor parte de su tiempo en las escuelas está relacionada con la expresión de una nueva conciencia generacional que se moldeó a partir de una cultura autónoma basada en el progresivo consumo hedonístico y en la democratización nominal del tiempo libre (Parsons, 1967). Por esta razón, la cultura juvenil “constituye una escuela para la adquisición de responsabilidades de orden superior y para ejercitarse en las relaciones humanas en sus aspectos más complejos, sin supervisión inmediata y con plena aceptación de las consecuencias” (Parsons, 1976: 84).

Los postulados funcionalistas coinciden en que la constitución de una cultura de colegiales, más que a características naturales de la juventud, respondía a un contexto particular en el que los institutos contribuyeron a reproducir la distribución del *capital cultural* (Bourdieu, 1998).

3.3. El marxismo italiano

Durante la posguerra, Italia vivió un sostenido crecimiento impulsado por el *milagro económico* que la ubicó entre las grandes potencias industriales. En la etapa conocida como *dolce vita*, Roma se caracterizaba por sus mercados

contrastes: el lujo de las tiendas y cafeterías coexistía con el incremento de viviendas humildes, habitadas por migrantes de ciudades más pobres.

Debido al proceso de homogeneización lingüística y al cambio en el modo de producción, las culturas de la marginada periferia romana se encontraban en peligro de extinción (Feixa, 1998). En su distinguida obra literaria, el escritor italiano Pasolini, luego de descubrir las ideas marxistas de Gramsci, rescató las costumbres de los actores sociales de las clases populares, como en la novela “Chavales del arroyo” del año 1955, y logró vincular la reivindicación romántica de los jóvenes trabajadores con tradiciones y valores particulares (*ídem*). Esta nueva generación, apuntada por los sectores dominantes como responsable de la desestabilización social y moral, anticipaba la “posibilidad, y necesidad, de formación de una nueva cultura” (Gramsci, 1981: 38).

Las culturas juveniles suelen emerger como paradigmas socioculturales que comprenden estilos de vida novedosos, pero en la sociedad industrial italiana surgieron como un signo de contradicción de las transformaciones históricas en el ejercicio hegemónico (Feixa, 1998). Como argumenta Feixa (2004), la noción de culturas juveniles, según la tradición gramsciana, remite a la de las culturas subalternas, pertenecientes a los sectores dominados y reconocidas por su separación de las culturas hegemónicas y también por su oposición. Esta integración parcial, o nula, a las estructuras productivas y reproductivas es considerada una de las características centrales de la juventud (*ídem*).

3.4. El estructuralismo francés

Antes de que estallara el *mayo francés*, las bandas juveniles conocidas como *barjots* ya se multiplicaban en las afueras de París (Feixa, 2004). Según un procedimiento habitual del lenguaje urbano en el que se altera el orden de las sílabas, esta denominación es la inversión de *jobard*, lo que en francés significa tonto o loco, y en el argot de los *bloussons noirs*, una subcultura de clase obrera, refiere al joven descarado que finge conductas extravagantes, e incluso locura, para defenderse de la marginación social (*ídem*, 1998).

El estructuralismo francés, apartándose del desviacionismo, localiza su eje interpretativo en la idea de subcultura. Mediante un *bricolaje*, tal como Lévi-Strauss (1997) caracteriza al pensamiento primitivo, “las bandas de jóvenes se constituyen en subcultura al articular en un estilo distintivo un conjunto de comportamientos, vestimentas, gustos musicales, ídolos cinematográficos, accesorios, lenguajes, representaciones del espacio y del tiempo” (Feixa, 1998: 68), combinándolos jerárquicamente para dotarlos de significado.

3.5. La Universidad de Birmingham

En el declive de su imperio, Gran Bretaña vivió un período de gran riqueza económica en el que apareció la sociedad de consumo y, con la llegada de inmigrantes de las antiguas colonias, crecieron los barrios multiétnicos en las ciudades más grandes (Feixa, 1998). En los años sesenta, el aumento de la capacidad adquisitiva de los jóvenes ingleses coincidía con el florecer de un movimiento juvenil y revolucionario conocido como *Swinging London*, que poco tardó en difundirse a nivel mundial causando la eclosión de bandas de adolescentes con pautas culturales propias (Hall y Jefferson, 2014).

A mediados de esa década, atraído por las nuevas expresiones juveniles y los fenómenos culturales, Hoggart fundó en la Universidad de Birmingham el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos, un espacio académico que combinó ideas del estructuralismo, el interaccionismo simbólico, la semiótica, la literatura contracultural y el marxismo británico (Feixa, 1998). Este centro de investigaciones alcanzó notables exposiciones, sin embargo, hasta sus propios miembros critican el hecho de que sus estudios se enfocaron en los paradigmas criminológicos y funcionalistas, pero fundamentalmente “en lo desviado más que en lo convencional, en adolescentes de clase trabajadora más que en aquellos de clases medias e intermedias, y, lo más crucial de todo, en chicos más que en chicas” (Murdock y McCron, 2014: 310).

3.6. La contracultura: la máxima expresión de una cultura juvenil

La noción de culturas juveniles engloba otros conceptos, tales como los de “subcultura, microcultura, *gang* y contracultura” (Feixa y Nofre, 2012: 2). Este último es utilizado para designar a la cultura que, a partir de la segunda mitad del siglo XX, se manifestó contra la cultura hegemónica (Feixa, 1998). Según Roszak (1981), la contracultura es la que surgió del mundo juvenil en medio de una nueva transición generacional hasta convertirse en “una cultura tan radicalmente desafiada o desafecta a los principios y valores fundamentales de nuestra sociedad, que a muchos no les parece siquiera una cultura” (p. 57). En este sentido, alude a una “manera alternativa de vivir, enfrentada a las formas de dominación técnica o el afán de lucro, una cultura de oposición y de búsqueda contrapuesta a los hábitos mayoritarios” (Urresti, 2002: 47).

Su raíz se remonta al lapso posterior a la Segunda Guerra Mundial, en el que los países occidentales disfrutaron de un proceso de modernización político, económico y cultural, casi al mismo tiempo que los jóvenes comenzaban a ocupar el espacio público, constituyéndose como una nueva clase y también como vanguardia de la sociedad futura (Feixa, 1998). En tal marco, nace en la costa californiana la *beat generation*, una “expresión todavía minoritaria de bohemia juvenil y disidencia artístico-intelectual” (p. 79). Inspirada en los existencialistas parisinos, esta doctrina fundó una contrasociedad basada en la experimentación poética, la creatividad, la expresividad, el misticismo y el nihilismo (*ídem*). Además, esta tendencia actualizaba dos de las tradiciones juveniles: “la tradición bohemia, centrada en el ataque al puritanismo y en el ensayo de un estilo vital disipado; y la tradición radical, centrada en la más articulada protesta estudiantil, cultural o política” (*ibídem*, 2004: 34).

La revuelta que lideraba la generación *beat* confluyó en un despertar juvenil masivo, cuya corriente más notoria fue el movimiento *hippie*. Combinando el estilo de los *beats*, el orientalismo, el nomadismo, la psicodelia, la liberación sexual y el culto a la espontaneidad, esta corriente articuló propuestas como

la desafiliación respecto de la familia e instituciones sociales; el *flower power* frente a la sociedad tecnocrática de consumo; la utopía pastoral frente al industrialismo; la creación de una verdadera sociedad alternativa con sus propias cooperativas de producción y consumo, canales de comunicación, criterios estéticos, lenguajes, formas de alimentación y rituales. (Feixa, 1998: 79)

Impulsora de nuevas prácticas de participación política, como la oposición a la guerra, las protestas estudiantiles, el *black power*, los movimientos por los derechos civiles, el activismo comunitario, el trabajo social, los frentes de liberación de las mujeres, los grupos de izquierda y los redefinidos ideales marxistas, la contracultura es reconocida como “la máxima expresión de una cultura juvenil” (Urresti, 2002: 47). Según Feixa (1998), “la reaparición del activismo político y el compromiso social durante los años sesenta parecía haber acabado de golpe con la dependencia social de los jóvenes” (p. 44).

Estas culturas “se analizaron como formas más articuladas y peligrosas de disidencia político-moral” (Feixa, 1998: 83), aun cuando no adoptaban una postura política. A través de satisfacciones inmediatas, la divergencia juvenil mostraba intenciones de renovación y “reflejaba una ruptura en la hegemonía cultural” (Feixa, 1998: 82). Su ambición libertaria exhibía una “negación de la cultura tradicional: como una desublimación metódica” (Marcuse, 1969: 51).

Feixa (1998) destaca cinco factores que modificaron profundamente no solo las condiciones sociales de los jóvenes sino también sus imágenes culturales durante los años sesenta: la instalación del Estado benefactor, la crisis de la autoridad patriarcal, el nacimiento del *teenage market*, la emergencia de los medios de comunicación masiva y el remplazo de una moral puritana por una consumista, laxa y menos monolítica. En este marco, “dos cambios culturales cismáticos colocarán a los jóvenes en un lugar protagónico” (Urresti, 2002: 47): la revolución sexual, que se convirtió en la bandera juvenil contra la represión, y el *rock and roll*, una música que se transformó en un movimiento que trasciende a lo sonoro y en un espacio de politización de la juventud.

4. La revista Rolling Stone y su relación con el poder político

Como escribió Jann Wenner, un estudiante de 21 años, en el primer número de la revista que fundó junto al crítico musical Ralph Gleason a fines de 1967 en San Francisco, “Rolling Stone no es solo sobre la música, sino también sobre las cosas y actitudes que la música incluye”¹. La primera portada del medio gráfico que se convertiría en un referente mundial de la cultura juvenil mostraba a John Lennon vestido de soldado para la campaña publicitaria de la película “Cómo gané la guerra” de ese mismo año. La fotografía, publicada en la cúspide y en el epicentro de la contracultura, “hablaba claramente de la impronta política y cultural que históricamente definirían a Rolling Stone”².

De acuerdo con uno de sus editores, “la política siempre ha sido una de las pasiones que han impulsado a Rolling Stone”³. En sus inicios, la revista se ocupó de las problemáticas de toda una generación y, en poco tiempo, pasó de cubrir las manifestaciones callejeras en contra de la guerra a reunirse con el presidente de Estados Unidos para discutir sobre esas mismas cuestiones.

Aunque ya se habían publicado portadas de carácter abiertamente político, la sección *Asuntos Internos*, encargada de tratar los temas políticos, se instauró durante la campaña presidencial de 1972. A partir de ahí, “Rolling Stone se acercó a los presidentes primero como personas, y después como políticos”⁴. La revista fue definiendo su influencia política siendo igual de crítica con los demócratas y progresistas que con los republicanos y conservadores.

A lo largo de cinco décadas, la revista “buscó informar sobre los presidentes con la misma pasión, personalidad y curiosidad que ponía en el rock and roll”⁵. Tan es así que el único en igualar a Lennon apareciendo tres veces en

¹ Casi cincuenta años después del primer número, Greene recuperó esta definición para un artículo de la revista editado en Argentina en 2017. Ver <http://www.lanacion.com.ar/1985583> (consultado el 1 de diciembre de 2021).

² En un número especial publicado en 2006, Wenner recordó cómo fue la elección de la fotografía para la primera portada de Rolling Stone. Ver <http://www.lanacion.com.ar/827966> (consultado el 1 de diciembre de 2021).

³ Ver “Historias secretas en la Casa Blanca” (Gilmore, 2006).

⁴ Ver <http://www.lanacion.com.ar/2089005> (consultado el 1 de diciembre de 2021).

⁵ *Ídem* anterior.

la portada en un lapso de siete meses fue el ex presidente Barack Obama. Con publicaciones en más de quince países, “Rolling Stone sigue creyendo que la influencia del rock and roll y los valores que comparte con su público demostrarán ser herramientas para el progreso político y social”⁶.

4.1. El arribo de Rolling Stone a Argentina

En 1997, un grupo de periodistas se reunió en las oficinas de *Ediciones de la Urraca* para planificar el lanzamiento de la edición local de una eminencia del periodismo gráfico: la revista *Rolling Stone*. Un número cero que no salió a la venta y varias reuniones en la casa matriz de Nueva York fueron suficientes para fijar los parámetros de la publicación. Luego de que la editorial se uniera al grupo económico del diario *La Nación*, originando lo que sería el *Grupo de Revistas*, la primera *Rolling Stone* hecha en Argentina, con Charly García en la tapa y Mick Jagger en la contraportada, estaba lista para salir a escena.

Rolling Stone, autoproclamada como “la revista más importante de la cultura joven mundial”⁷, comenzó a editarse en Argentina en abril de 1998. Con su estética explosiva, es un espacio para el periodismo narrativo orientado a “la búsqueda de la profundidad y la originalidad de una perspectiva del mundo, de las celebridades, de las grandes historias, plasmada en textos ambiciosos e imágenes potentes”⁸. La revista no solo se enfoca en las tendencias de la música, sino también en otras actividades y actitudes, desde la moda hasta los deportes, pasando por la televisión, el arte, la tecnología y la política.

4.2. La revista Rolling Stone en la arena política argentina

Aunque ya habían sido entrevistados tanto De la Rúa como Rodríguez Saá durante la campaña presidencial de 1999, fue en agosto del año siguiente que *Rolling Stone* le dedicó por primera vez una nota de tapa a la política. Junto al título “El rock al poder” posaban Darío Lopérfido y María Gabriela Epumer. Por aquel tiempo, el vocero presidencial mantenía un romance con

⁶ Ver Gilmore, M. (2006), *op.cit.*

⁷ Ver http://www.facebook.com/rollingstoneargentina/about/?ref=page_internal (consultado el 1 de diciembre de 2021).

⁸ *Ídem* anterior.

la fundadora de la banda *Viuda e Hijas de Roque Enroll* y para la revista esta relación simbolizaba un momento histórico de proximidad entre la política y el rock. A pesar de ello, a los pocos meses, mientras la sociedad exigía el fin de todo un gobierno, sus páginas se llenaron de críticas contra los mandatarios. Algunas de las entrevistas publicadas durante el declive político y económico del año 2001 se realizaron en medio de protestas sociales. Desde que entró en imprenta el número de enero de 2002, es decir, la medianoche del 21 de diciembre de 2001, y su salida al mercado, se sucedieron cinco presidentes.

En 2003, con un lustro en el país, la revista expuso su opinión sobre quienes se disputaban el sillón de Rivadavia. Néstor Kirchner, el nuevo presidente, fue elegido como el hombre del año según la redacción e incluido en la tapa del anuario junto a otras personalidades destacadas. Durante su gestión, la revista entrevistó a sus allegados más cercanos: Zaffaroni, Bielsa y Filmus.

El número 83 de la revista fue dedicado en su totalidad a “la peor tragedia de nuestra generación”⁹, tal como fue definido el incendio ocurrido en un recital de la banda *Callejeros*. En 2005, además de cubrir el vendaval político que generó este fatídico incidente, *Rolling Stone* retrató al partido justicialista de cara a las elecciones legislativas y editó un artículo con los testimonios de dos fuentes anónimas que describían a Cristina Fernández como la principal figura del año, pero también como un acertijo que no permitía que hablen por ella y que se resistía a dar entrevistas. Mediante una encuesta, Kirchner fue elegido por los lectores como una de las personas más notables de ese año.

En 2006, *Rolling Stone* analizó la crisis de representación que atravesaban las universidades, causada por la escasa formación de cuadros políticos y la apatía de los estudiantes. La militancia estudiantil es un tema recurrente en la revista: a fines de los años noventa había advertido que gran parte de la juventud ya no veía a la política como una herramienta de transformación y remplazaba el compromiso con una idea por la capacidad de administrar los recursos económicos de los centros de estudiantes.

⁹ Ver *Rolling Stone* Argentina N°83.

Un mes antes de las elecciones de 2007, después de haber publicado los puntos de vista de varios periodistas sobre el devenir del gobierno, la revista imprimió un extenso informe biográfico sobre el matrimonio presidencial.

4.3. Rolling Stone y la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner

Luego de que Cristina Fernández sumara más del 45% de los votos, *Rolling Stone* publicó un artículo sobre la cuestión de género en la política nacional. Durante el segundo gobierno kirchnerista, de fines de 2007 a fines de 2011, la revista entrevistó a Martín Lousteau, Roberto Pianelli, Hebe de Bonafini, Aníbal Fernández, Ricardo Alfonsín, Victoria Donda y Amado Boudou, quien había sido designado como candidato a vicepresidente. Asimismo, en varios de sus números se recopilaron las opiniones de sociólogos, figuras del medio televisivo y periodistas con relación a diversos temas de la agenda política.

En 2008, *Rolling Stone* publicó una crónica sobre los asesinatos de Kosteki y Santillán, fusilados en una manifestación de 2002, y retrató con imágenes la disputa en torno a la Resolución N°125. Al siguiente año, tras el fallecimiento de Alfonsín, la revista imprimió su opinión sobre las nuevas generaciones de dirigentes, un informe acerca del trabajo de los cartoneros y una nota sobre el estado edilicio del Congreso de la Nación. El tema central de ese año fue, para la redacción, el fallo de la Corte Suprema de Justicia sobre la tenencia de marihuana. En 2010, tras un informe sobre el Riachuelo, fue editado un artículo sobre *La Cámpora* y la mitificación de Kirchner luego de su muerte.

En 2011 se desarrollaron temas como el crimen de un boliviano en la toma del Parque Indoamericano y la causa de Walter Bulacio a veinte años de su asesinato. Un mes antes de las elecciones para Jefe de Gobierno porteño, *Rolling Stone* publicó una entrevista a cada uno de los candidatos y, un mes después de los comicios presidenciales, especificó los desafíos que debía afrontar la presidenta, quien fue incluida en la tapa del anuario junto a las personalidades más destacadas del año, al iniciar su segundo mandato.

En 2012, además de enumerar las claves para entender la megaminería a cielo abierto, *Rolling Stone* consideró como temas esenciales a la posibilidad de aumentar el padrón electoral con el voto juvenil y a la toma de escuelas secundarias por los estudiantes. A modo de resumen, en el último número del año se detallaron los hechos políticos más relevantes. Con motivo de su decimoquinto aniversario, la revista editó una nota sobre la política argentina a lo largo de su estadía en el país. De la misma manera, más allá de exponer los problemas de seguridad que presentaba el aeroparque de Buenos Aires, analizó la disputa por la sucesión en el gobierno, primero con las elecciones primarias, las que definieron las candidaturas para los cargos legislativos, y luego con las elecciones que determinaron quiénes ocuparían las bancas. Por otro lado, publicó un artículo sobre la inflación y otro con los problemas a los que el kirchnerismo se enfrentaría en lo que serían sus dos últimos años de gestión. En 2014, la revista imprimió una síntesis de la crisis energética, un artículo sobre el narcotráfico en Rosario y un análisis acerca del default económico. En el último año con Cristina Fernández en la presidencia, solo se editó una nota de carácter político: una entrevista a Fernando Esteche.

Desde el arribo de *Rolling Stone* al país, ninguno de los líderes de la política argentina permaneció en el mismo lugar. Sin embargo, muchos coincidieron en la sección *Asuntos Internos*, un título que “sugiere más cosas que lo que sugiere la política tal como se viene entendiendo en los diarios y revistas”¹⁰.

¹⁰ Ver <http://www.lanacion.com.ar/582573> (consultado el 1 de diciembre de 2021).

5. La trama histórica entre la política y el periodismo en Argentina

Aunque siempre fue muy estrecha, la relación entre la política y el periodismo fue adoptando diversas formas a lo largo de la historia argentina. Así como la comunicación fue entendida de distinta manera por cada gobierno, la prensa gráfica cumplió diferentes papeles en las discusiones públicas coyunturales.

Durante el siglo XIX, la opinión pública era interpelada por la *prensa política* (Duncan, 1980) y *facciosa* (Halperin Donghi, 1985) que difundía los debates cotidianos. A partir del siglo XX, el periodismo comenzó a profesionalizar sus prácticas y a autonomizarse de la política (Auza, 1978; Balestra, 1986). Con la vuelta a la democracia, tras la última dictadura cívico-militar, las empresas de medios pasaron de ejercer un *periodismo de seguridad nacional* a uno de *seguridad democrática* (Ruiz, 2008) y se convirtieron en *conglomerados pluri-industriales y transnacionales de la comunicación* (Blanco y Germano, 2005) definidos como un *cuarto poder*. En los años ochenta, los medios cubrían los procesos electorales y las disputas entre los partidos, pero en los noventa se establecieron como los escenarios propios de las contiendas políticas.

El menemismo abolió el Estado interventor y mantuvo la ley sancionada en la dictadura, permitiendo la concentración de la propiedad en las empresas de medios y las privatizaciones de los medios públicos (Baranchuk, 2005). Por otra parte, a través de inversiones extranjeras, la mayoría de los grupos de medios fueron transferidos a agentes vinculados con el mercado financiero (Albornoz y Hernández, 2005), lo cual ratificaba que “cotizaban tanto por su influencia político-cultural, como por su función económica” (Becerra, 2013: 5). En tanto que el gobierno promovía la hiper-concentración de multimedios, paradójicamente, idealizaba *un mundo sin periodistas* (Verbitsky, 1997).

El gobierno de Fernando de la Rúa intentó democratizar el acceso al sistema mediático (García Leiva, 2005), pero la profunda crisis económica dejó hasta los grandes multimedios técnicamente quebrados. Luego de una sucesión de presidentes, Eduardo Duhalde asumió provisoriamente e impulsó la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales con el objetivo de acordar la

condición de supervivencia (Blanco y Germano, 2005) de los medios. Estos, todavía dependiente de los recursos estatales, se propusieron garantizar la gobernabilidad de una sociedad totalmente descreída del sistema político.

5.1. Las modificaciones en el sistema mediático durante el kirchnerismo

Con respecto a las políticas de comunicación empleadas por Néstor Kirchner desde que llegó a la Casa Rosada en 2003, “fueron más las continuidades y los acuerdos con las corporaciones de medios, que las modificaciones a favor de mayor democracia comunicacional” (Mastrini y Marino, 2008: 81). La extensión de la titularidad de las licencias a dos canales muy importantes, la suspensión del cómputo de las licencias de radiodifusión por diez años y la aprobación de la fusión de dos grupos multimediáticos fueron algunas de las medidas que beneficiaron a los concesionarios de medios (Califano, 2009).

Aunque no hubo en este período una ruptura histórica en la relación con el periodismo, “coexistió una confrontación discursiva con políticas pragmáticas hacia los grandes intereses sectoriales y estrategias convencionales de comunicación” (Kitzberger, 2011: 180). Esto reveló una definición elaborada sobre la comunicación política y el rol de la prensa en democracia. El vínculo polémico con los medios fue un tópico en los discursos de Kirchner, tan es así que lo citó en casi dos tercios de ellos (Vincent, 2011). Más que eso, fue una pelea institucional por la representación y el contacto con el pueblo, es decir, “por y con los discursos intermediarios, y en particular, con el discurso intermediario más importante desde el punto de vista de la interlocución colectiva: el del periodismo en los medios” (Fernández, 2014: 34).

En marzo de 2008, ya con Cristina Fernández en la presidencia, irrumpió un enfrentamiento abierto y dicotómico que opuso a los principales multimedios con el gobierno. Este conflicto se originó a raíz de las pujas entre este y las entidades del sector agropecuario, lo cual significó, desde la perspectiva de la política de la comunicación, un punto de inflexión en el devenir de la

relación con el sistema de medios. Con esto se inauguró la etapa de mayor intensidad de la disputa, en la que “los medios de comunicación desplazaron en la práctica el tradicional recurso retórico de la objetividad, por la acción cada vez más interesada en el conflicto” (Becerra y López, 2009: 12).

Aquella confrontación discursiva se volvió en una ofensiva que objetaba los lugares de enunciación de los medios: “el discurso crítico se transfiguró en radicalización contrahegemónica y reformista” (Kitzberger, 2011: 180). Pese a que esta problemática era frecuente en las alocuciones de Kirchner, fue su sucesora quien ubicó a los medios en el centro de la escena. Lo que hasta ese momento había sido una tendencia se consolidó como una estrategia de “intervención sobre el terreno mediático, y en esa línea, de expansión de las esferas en que se desplegaba el activismo inicial” (Fernández, 2014: 41). La denuncia al papel del periodismo no fue un fenómeno meramente argentino, sino que formó parte de una postura política regional llevada a cabo por los gobiernos que constituyeron el llamado *giro a la izquierda* (Kitzberger, 2010).

El otro hecho que desató la *guerra mediática* (Kitzberger, 2011) fue el debate público en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el cual se prolongó incluso hasta después de su sanción en octubre de 2009. Una consecuencia de las confrontaciones agudizadas por esta ley fue

uno de sus motivos no declarados: erosionar el lugar de enunciación pública del periodismo, restringir las posibilidades de un discurso mediador o externo al sistema político, o de todo discurso que pretenda ubicarse por encima, o por afuera, de las disputas facciosas que, necesariamente, movilizan el juego político. (Fernández, 2014: 49)

En este contexto, el gobierno promulgó una serie de medidas que apuntaban directamente a la economía política del sistema de medios: el lanzamiento de *Fútbol para Todos*, el envío al Congreso del proyecto de ley para suprimir la figura de calumnias e injurias y el juicio por *Papel Prensa* con la subsiguiente declaración de interés público a la producción de papel para diarios. Además, consolidó la aplicación periódica de la cadena nacional (Cingolani, 2009), lo

cual le permitió reconfigurar las estrategias de mediatización del discurso político y establecer las condiciones de la enunciación política. Por otro lado, se aceleró la ampliación de la red de medios privados financiados con fondos públicos asignados sin criterios explícitos. Esta conflictividad inédita con la prensa ocasionó un reposicionamiento de los medios: mientras los opositores realizaron denuncias públicas contra el oficialismo, el *periodismo militante* (Baldoni, 2012), conformado por medios privados y estatales no partidarios, buscó legitimar al kirchnerismo y reforzar su identidad política.

Desde la fundación de los primeros diarios nacionales hasta el actual cruce de recriminaciones entre el gobierno y los multimedios, en plena disputa por la construcción de interpretaciones legítimas, los medios de comunicación se configuraron como instrumentos de los partidos políticos que los financiaban (Alonso, 2004), voceros de los sectores sociales (Sirvén, 1984), *mediadores* entre la *clase política* y la *sociedad* (Vommaro, 2008), partícipes activos en la “disputa simbólica por la definición de las coyunturas” (Vommaro y Baldoni, 2012: 66), y así también como *actores políticos* (Borrat, 1989) en apoyo o en detrimento de las democracias y dictaduras (Carnevale, 1999; Díaz, 2019).

Sin embargo, nunca antes como con los gobiernos kirchneristas, la prensa fue interpelada por un liderazgo que no solamente polemizó públicamente la transparencia de sus prácticas, sino que también le transfirió las exigencias de legitimidad que operan sobre las instituciones políticas. Más allá de un cuestionamiento controvertido, como el que también realizaron las gestiones anteriores, el kirchnerismo abrió el debate alrededor de la función social de los medios, denunciando la injerencia de intereses en la producción de sus discursos y argumentando que el ejercicio periodístico era un intermediario innecesario en el vínculo comunicativo con la ciudadanía (de Diego, 2015).

6. Análisis de los discursos de la revista Rolling Stone de Argentina

Por su complejidad, el sistema argentino de medios de comunicación masiva es similar al conjunto de fenómenos a los que comúnmente se alude cuando se habla de las condiciones de producción de un discurso. De todas formas, la conceptualización de estas condiciones siempre está determinada por las decisiones metodológicas que estructuran un análisis, por lo que no es tan factible ahondar en precisiones generales. Por otra parte, la presente tesina se focaliza solo en los discursos de la prensa escrita, lo que representa una importante restricción. Aun así, este es un universo enormemente articulado.

En una publicación periodística, los mecanismos técnicos de elaboración de sus discursos están dispuestos por un modelo medianamente coordinado y ligado a decisiones internas. Tanto la organización como la estructura global son “sistemas de clasificación de lo real social” (Verón, 2004: 75) y siempre forman parte de las condiciones de producción. Cada discurso informativo se construye a partir de que será incluido en un espacio específico dentro de un soporte. Así, las propiedades de sus discursos se encuentran condicionadas por estar insertas en el contexto de este soporte tomado en su totalidad. De acuerdo con Verón (2004), “un conocimiento detallado de los mecanismos técnicos de elaboración es un elemento indispensable para comprender acabadamente lo que se halle luego en la superficie del texto” (p. 75).

Por otra parte, es fundamental asociar la noción de tipo de discurso con las estructuras institucionales que constituyen sus soportes organizacionales. Es decir, es complejo definir como tipo al discurso informativo sin conceptualizar “su articulación con la red tecnológica de los medios y con los sistemas de normas que rigen la profesión de periodista” (Verón, 2004: 196). Asimismo, es imprescindible vincular esta noción a las relaciones sociales cristalizadas de ofertas y expectativas que son los correlatos de las ya citadas estructuras institucionales. Por consiguiente, en lo que respecta al discurso noticioso, es igualmente relevante conceptualizar “sus modalidades de construcción de un

único destinatario genérico, el ciudadano habitante, comprometido en rutinas diversas de apropiación del espacio-tiempo de lo cotidiano” (*ídem*).

6.1. Los géneros: entre la periodicidad y las funciones predominantes

Como se viene diciendo, el medio gráfico que se someterá al análisis en esta investigación es la revista *Rolling Stone* de Argentina. Más precisamente, se analizarán los discursos que componen la sección *Asuntos Internos*. Por lo común, estos soportes se organizan en secciones relativamente estables que producen una primera disposición del material para el lector y contribuyen, de manera significativa, a producir el efecto de sentido de un texto.

En cuanto al periodismo escrito, Verón (2004) propone una serie de criterios que son esenciales para definir las cuestiones analizables de los discursos que constituyen el corpus de análisis. Estos criterios están relacionados con la periodicidad, los géneros y las denominadas funciones predominantes. En primer lugar, la periodicidad determina, de modo parcial, a los géneros que, a su vez, asumen funciones preponderantes. La combinación de estos criterios permite identificar al objeto de estudio de una manera más precisa.

Especificar la regularidad con la que se edita un soporte escrito es elemental para ubicarlo como objeto de estudio dentro del sistema de medios masivos de comunicación. Aquí, vale la pena recordar que la revista *Rolling Stone* se publica de manera mensual. De la misma forma, la periodicidad mantiene un estrecho nexo con los géneros y las funciones predominantes. Por ejemplo, una noticia, percibida como subgénero periodístico cuya función hegemónica es informar, es totalmente habitual en diarios y periódicos, pero aparece con menos frecuencia en revistas mensuales. Esto se debe a que dicha función se ejerce acorde a ciertas frecuencias. Por otro lado, la finalidad de un medio gráfico o, más precisamente, de cada artículo nunca es del todo exclusiva, es decir, a la función principal se le suelen sumar otras secundarias.

El vínculo entre la periodicidad y los géneros es tan estrecho como el que se establece entre los distintos géneros, puesto que unos suponen la existencia

de otros. Al igual que cualquier otra de publicación mensual, la revista *Rolling Stone* parte de la premisa de que sus lectores ya estuvieron en contacto con la prensa cotidiana o que, aunque sea, están más o menos informados. Las ediciones mensuales les proveen a sus destinatarios elementos generales y criterios de interpretación que remiten a los acontecimientos que ya fueron narrados por los periódicos. Diferentes a estos, las revistas constituyen una especie de *metalenguaje* cuyo referente es “la actualidad entendida como discurso producido por los diarios” (Verón, 2004: 74). Por esta característica, son particularmente estratégicas para el estudio de las ideologías.

En cuanto a la prensa gráfica, un criterio de clasificación permite reunir a los discursos periodísticos en dos grandes grupos de acuerdo a su contenido y función. Por un lado, es posible ubicar al género informativo, siendo la noticia su principal exponente, y por otro, al de opinión, el cual contiene textos que van desde una editorial hasta una nota de opinión, pasando por otros tantos.

Dentro del género informativo se ubican aquellos textos que muestran ciertos acontecimientos de la actualidad. Según Verón (1987), “la actualidad como realidad social en devenir existe en y por los medios informativos” (p. 4). Ya que estos son muchos y variados, también lo son los modelos de actualidad elaborados para diferentes audiencias. Habitualmente, estas no tienen una experiencia personal de los hechos sociales, sin embargo, creen, en mayor o menor grado, en los acontecimientos de la actualidad o le dan crédito a cierta imagen de la actualidad. Esto no se funda en una experiencia vivida de los hechos, si se cree en ellos es porque un discurso es capaz de engendrar una creencia y en él se deposita la confianza de una sociedad. Todo esto puede ser explicado con un mecanismo: “el discurso en el que creemos es aquel cuyas descripciones postulamos como las más próximas a las descripciones que nosotros mismos hubiéramos hecho del acontecimiento si hubiéramos tenido de este una experiencia directa” (Verón, 1987: 5).

Lo expuesto anteriormente se encuentra directamente relacionado con uno de los subgéneros que componen el corpus de esta investigación: la crónica

periodística. La función del cronista es relatar detalladamente su experiencia directa de un determinado acontecimiento. En estos textos, la principal fuente de información del periodista es su experiencia directa y subjetiva. Aun así, el relato de esta vivencia no formará parte de la realidad social en devenir hasta que sea publicado, puesto que la realidad social es construida, justamente, por los medios de comunicación masiva. Aunque, una vez publicado, ya “no tiene nada más que ver con una experiencia subjetiva” (Verón, 1987: 6).

Con respecto a las crónicas, si bien no tienen como función predominante expresar la opinión del escritor, su papel es determinante en esta clase de subgénero periodístico. Podría decirse que son una especie de género mixto construido con pautas de los géneros literarios y los periodísticos. Dentro de estos últimos, simbolizan un híbrido entre los informativos y los de opinión. La nota de opinión, precisamente, representa el otro subgénero periodístico que completa el corpus de este análisis. Cada una de estas fue publicada por la revista *Rolling Stone* en su sección Asuntos Internos y durante el tiempo comprendido entre los dos mandatos presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner. Estos artículos de opinión se emplazan, lógicamente y conforme a esta clasificación, dentro de los llamados géneros periodísticos de opinión.

En cuanto a las cuestiones formales con las que se construyen, los textos periodísticos de opinión están mucho más vinculados a la subjetividad que las crónicas. Dicho tratamiento de la información le posibilita al periodista mostrarse con la autoridad suficiente para opinar acerca de un determinado hecho de la actualidad o como alguien capacitado para expresar aquello que piensa sobre algún tema. En este caso, el acontecimiento en el que se funda el artículo se plantea de una forma sesgada, no como si estuviera ocurriendo ante los ojos del lector, y conforme al punto de vista del autor. En su imagen y, sobre todo, en la de la institución a la cual representa reside, por lo común, la mayor parte de la fuerza de los subgéneros periodísticos de opinión.

Por otro lado, una distinción acuñada por Verón (2004) divide a los llamados *géneros-P* de los *géneros-L*. La primera de estas nociones designa y clasifica

lo que, para el autor, corresponde denominar *productos*. Mientras que la otra surge a partir de una perspectiva heredada del análisis literario, en el que un género se caracteriza por cierta disposición de la materia lingüística. Podría decirse que la expresión “revista de cultura joven”, como se define el soporte gráfico que es analizado en este estudio, designa un género-P del tipo de discurso informativo. En cambio, las notas de opinión o crónicas periodísticas que puedan ser incluidas en la revista se ubican dentro de los géneros-L.

Según lo manifestado previamente, los géneros discursivos, como puntos de contacto entre quienes producen y quienes reciben un texto, poseen pautas propias y formales de producción, circulación y recepción. En el periodismo escrito, entre cada género hay un autor que configura un discurso y un lector que lo recibe con mayor o menor conocimiento, éxito y eficacia. En el marco del presente trabajo, este modo de categorizar a los subgéneros de la prensa gráfica resulta provechoso para determinar los rasgos que se contemplan al momento de elaborar los textos, es decir, en las condiciones de producción.

6.2. El encuadre del acontecimiento

En el análisis de la construcción de un texto extraído de un medio masivo de comunicación, y por consiguiente de una producción de la realidad social, un elemento a tener en consideración para el reconocimiento de las operaciones discursivas es el *encuadre del discurso*. Verón (2004) explica que el título de un artículo periodístico tiene una *dimensión metalingüística* y una *dimensión referencial*. En cuanto a la primera, el título nombra, califica al discurso que le sigue. Con respecto a la segunda, el autor expresa que el título, “al igual que el discurso del cual es el nombre, habla también de algo” (p. 82), anticipando, de alguna manera, lo que se ampliará en el artículo. El modo en que estas dimensiones se combinan en un título constituye el encuadre del discurso. Si se trata de un discurso informativo, es el encuadre del acontecimiento.

Como cada soporte emplea distintas estrategias de enunciación, el encuadre del discurso es diferente en cada uno de ellos. De acuerdo con Verón (2004), “una de las principales funciones de la operación de encuadre parece ser

anticipar ciertas propiedades del discurso que resulta así enmarcado” (p. 82). A menudo, el título exhibe el núcleo del tipo de tratamiento de la información. Sobre lo anterior, el autor agrega que “los productores parecen concentrar en la operación de encuadre ciertos aspectos críticos del proceso de producción del texto” (p. 83). Esto se debe, entre otras cuestiones, a que habitualmente los lectores efectúan un recorrido por los titulares otorgándole una atención superficial al resto del artículo. Sin embargo, esto sucede, por lo general, en los soportes gráficos de publicación cotidiana, pero con menos frecuencia en aquellos de edición mensual. Este es el caso del medio de comunicación que será analizado en este trabajo: la revista *Rolling Stone*.

Publicación	Título
Diciembre de 2007	Argentinas por su nombre
Agosto de 2008	Cosecharás tu siembra
Diciembre de 2010	Autopista Cámpora
Octubre de 2011	La juventud y el poder
Noviembre de 2011	Once desafíos para Cristina
Diciembre de 2011	La solista
Octubre de 2012	Dulces 16
Noviembre de 2012	Colores secundarios
Diciembre de 2012	Asuntos internos
Agosto de 2013	El kirchnerismo busca una salida
Octubre de 2013	Juego de tronos en el pantano peronista
Noviembre de 2013	Si tu billete hablara
Diciembre de 2013	Asuntos pendientes antes de partir
Enero de 2014	Nueva guía de supervivencia zombi
Diciembre de 2014	El año del default patriótico

La gran mayoría de los artículos aquí seleccionados para efectuar el análisis presentan una dimensión metalingüística muy evidente en sus titulares. En aquellos que no exponen un operador situacional o un indicador que permita

identificar un acontecimiento singular, predomina la función metalingüística sobre la referencial. En la revista *Rolling Stone*, comúnmente, los títulos son los nombres de los discursos que anuncian. Como excepción a ello se puede citar a los artículos titulados “Once desafíos para Cristina” y “El kirchnerismo busca una salida”, en los que aparecen nombres propios que, en este caso, aluden a la por entonces presidenta de la Nación y al movimiento político que integra. Estas indicaciones en las que el lector identifica un suceso particular son para Verón (2004) *expresiones de referencia única con identificación*. En los titulares que no exhiben identificadores predomina la *referencia anafórica* (Verón, 2004). Igualmente, existen títulos que podrían ser el nombre de una gran cantidad de discursos dedicados a una extensa variedad de sucesos. En esta recopilación, los titulares “La juventud y el poder”, “Asuntos internos” y “Asuntos pendientes antes de partir” cumplen con dicha característica.

La correspondencia entre el discurso y el encuadre es significativa no por el contenido que manifiestan los titulares, sino por “las operaciones semánticas subyacentes en el conjunto del discurso” (Verón, 2004: 82). En el estudio los discursos periodísticos, el análisis de los títulos resulta fundamental no solo para analizar el tipo de *contrato de lectura* que el enunciador le propone al destinatario sino también para el examen de las operaciones utilizadas en la incorporación del acontecimiento a la red de significación del medio escrito.

Una clasificación trazada por Verón (2004) diferencia a los titulares definidos como *transparentes* de los denominados *opacos*. Mientras que la primera de estas categorías engloba a los que son meramente informativos, la segunda comprende a los que suelen poseer la propiedad de incitar al lector a leer el artículo completo. Los textos periodísticos encabezados por titulares opacos se caracterizan por el hecho de que, “si el lector se limita a leer los títulos, no obtiene información sobre los acontecimientos; lo que encuentra es un juego de lenguaje que sirve para construir la complicidad entre el enunciador y el destinatario” (Verón, 2004: 178). En este intento por proponer un vínculo de complicidad, con el empleo de elementos que remiten a objetos culturales, es

donde se manifiesta la operación que “consiste en construir una enunciación que es atribuible a la vez al enunciador y al destinatario” (Verón, 1985: 9).

Aunque los titulares transparentes son característicos en los periódicos y las posibilidades de encontrarlos en un soporte de edición mensual son escasas, puede ser significativo realizar un análisis atendiendo a esta clasificación. La maniobra enunciativa que define la transparencia o la opacidad relativa del discurso consiste, en correspondencia con Verón (2004), en atribuirle cierto conocimiento al destinatario construyéndolo como un lector medianamente informado, cultivado y con la capacidad de reconocer algunas alusiones. El autor manifiesta que “cada título es una clave cuya decodificación funciona como prueba de pertenencia a un universo cultural compartido” (p. 178).

En el caso de la revista *Rolling Stone*, la pertenencia del lector a un universo cultural, particularmente al de la cultura juvenil, es puesta a prueba mediante alusiones en los títulos, pero también en las bajadas, epígrafes y, a veces, en el cuerpo del artículo. Este soporte, al invitar a su destinatario a “apreciar la manera de mostrar tanto como lo que se muestra” (Verón, 2004: 177), asume una posición *distanciada*. Diferente a la postura pedagógica, la “enunciación distanciada termina por proponer un juego al destinatario, un juego en el que el enunciador y el destinatario se sitúan en el marco de una complicidad creada por el hecho de que comparten ciertos valores culturales” (*ídem*).

Los medios que utilizan títulos opacos privilegian la enunciación por encima del enunciado, o sea, las modalidades del decir por sobre lo que dicen. Estos se caracterizan por implementar encuadres discursivos elaborados mediante un procedimiento al que Verón (2004) designa *denominación*. Al emplearlo en un encuadre, “el título se construye sobre la base de una denominación preexistente, ya conocida dentro de cierto espacio cultural” (p. 103).

Su puede hablar aquí de una operación intertextual, ya que el título se vuelve reconocible por contener las huellas de otras denominaciones preexistentes. Esta operación puede ser llevada a cabo de manera literal, en los casos en

que el reenvío del título a la denominación original se reproduce sin cambios, o bien retomar una denominación ya constituida y reconocible dentro de una cultura pero con modificaciones. En las notas seleccionadas para el presente análisis, aparecen titulares cuya denominación original no fue alterada, como “Cosecharás tu siembra” y “Dulces 16”. Sin embargo, también hay artículos que tienen títulos como “Argentinas por su nombre”, en el que fue alterado el género del sustantivo gentilicio según el nombre de un programa televisivo; “Si tu billete hablara”, en el cual, de acuerdo con el texto de la canción “Blues de la artillería”, fue sustituida la palabra *moneda* por *billete*; y el título “El año del default patriótico”, en el que, al igual que los anteriores, hay un cambio de vocablos. Cuando la recuperación de la denominación preexistente presenta modificaciones, estas no deben sobrepasar un determinado límite, ya que de lo contrario no permitirían el reconocimiento de la denominación original.

El funcionamiento de los titulares, como estímulo de los recuerdos culturales del lector, reposa sobre un saber del que participan tanto el redactor como el consumidor del artículo. Un hecho es presentado a través de un título de tal modo que su cualidad de novedoso, si se trata de un texto noticioso, queda asociada dentro del marco de un efecto de evocación o de reconocimiento. Dicho efecto corresponde a “un universo cultural en relación con el cual el título insta una complicidad entre productor y lector” (Verón, 2004: 106).

Aunque no participe del universo cultural ni posea el conocimiento previo necesario para recuperar la denominación original, el lector puede advertir la existencia de una denominación original que al ser transformada da lugar al título. Este presenta ciertos indicios que llevan a pensar que se trata de una transformación de algo ya conocido, inclusive cuando no lo sea. Todavía así, el efecto de reconocimiento está, según Verón (2004), garantizado.

Esta operación puede ser realizada dentro de un mismo campo semántico o, por el contrario, puede implicar un pasaje entre distintos campos. Esto último es lo que se produce con más regularidad en los titulares de la revista *Rolling Stone*, ya que están elaborados con una denominación preexistente proveniente

de un campo diferente. Como esta tesina se enfoca en una sección dedicada a cuestiones políticas, el pasaje es siempre de la música a la política, como ocurre con el título “La solista”, de la literatura a la política, tal como sucede en el artículo titulado “Nueva guía de supervivencia zombi”, o de la televisión a la política, como en el titular “Juego de tronos en el pantano peronista”.

Por otro lado, es visible también una cierta motivación, a nivel de la sustancia semántica, que puede adoptar diferentes valores como la ironía, el sarcasmo o el juego de palabras. Es común encontrar titulares que remiten, en primera instancia, a algo diferente de lo que se desarrolla en el artículo. En la revista aquí analizada suelen aparecer títulos como “Autopista Cádiz” en un texto dedicado a una agrupación política o “Colores secundarios” en un artículo que tiene como protagonistas a estudiantes de nivel medio.

6.3. La imagen fotográfica y la ilustración

La teoría de los discursos sociales aborda al periodismo gráfico como uno de los terrenos en los cuales se perfilan los objetos que le son propios, es decir, los discursos impresos. Sin embargo, en lo que aquí se llama prensa escrita no hay solamente escritura, sino también imágenes. Para analizarlas es útil la clasificación que aporta Verón (2004) de los diferentes tipos de imágenes.

En primer lugar, la fotografía testimonial es aquella en la que comúnmente se piensa cuando se habla de una fotografía periodística. Representa, más que una modalidad clásica, el paradigma mismo de la imagen fotográfica en el periodismo. Según Verón (2004), posee la jerarquía semiótica de verdadero *fragmento de lo real* y su finalidad es transmitir la sensación de “estar en el lugar de los hechos”. Su pertinencia reside totalmente en la espontaneidad, en la captación del instante de un hecho o acontecimiento específico, “en la singularidad irreductible, única, de lo que logra mostrar” (p. 131).

A lo largo de la historia moderna de los medios de comunicación masiva, se fue constituyendo un imaginario social alrededor de la figura del periodista y de su papel como mediador entre la actualidad y la sociedad. Esto mantiene

un estrecho nexo con lo esencial de la ideología clásica de la información y con la consigna de “haber estado allí” para contarlo y mostrarlo. El sentido de la imagen testimonial es más complejo que una simple “garantía de lo real”, es como si, por medio de esta, quien la recibe también “hubiera estado allí” (Verón, 2004). Por ende, este tipo de imagen “es absolutamente coherente con la deontología clásica de la información” (*ibídem*: 132), donde los hechos son distintos a las opiniones e interpretaciones del periodismo y la objetividad se mide por el mantenimiento minucioso de la frontera entre unos y otras.

En la presente tesina, después de examinar los artículos periodísticos que componen el corpus de análisis, es factible argumentar que la fotografía testimonial aparece con cierta frecuencia en la edición argentina de la revista *Rolling Stone*. Un ejemplo claro en el que se exponen este tipo de imágenes es el de la crónica fotográfica dedicada al conflicto causado por la Resolución N°125, el cual enfrentó al Gobierno Nacional con las entidades rurales, y que fue publicada en agosto de 2008. En esta crónica, las imágenes predominan por sobre el texto, que se limita a comentar las fotografías. En ellas se puede ver el momento en que tanto los militantes kirchneristas como los referentes del sector agrario siguen la votación del por entonces vicepresidente Julio Cobos en el Senado, el instante en el que se abrazan Cristina Fernández de Kirchner con su esposo frente a una Plaza de Mayo repleta, al ex ministro de Economía Martín Lousteau firmando un crédito del Banco Interamericano de Desarrollo para el agro y al ex presidente de la Federación Agraria Eduardo Buzzi firmando autógrafos, entre otras fotografías de las manifestaciones que tuvieron lugar en todo el país durante el tiempo que duró la contienda.

A diferencia de la instantánea testimonial tomada en un momento exacto, en la fotografía de tipo *pose*, como la denomina Verón (1997), la persona que es fotografiada le ofrece su imagen a un trabajador de prensa. Quien posa ante la cámara de un fotógrafo le está haciendo un regalo a este y, a través de él, también a quien más tarde observará la fotografía. En un soporte gráfico, una imagen de este tipo anuncia que la persona retratada se encuentra, de cierta

manera, presente para el lector. La aparición de un personaje es concreta y singular (Verón, 1985): en las páginas en las cuales se muestra su imagen, este fue entrevistado o, al menos, de él se está hablando. Aquellos medios que utilizan imágenes de tipo pose las transforman en acontecimiento (*ídem*).

La fotografía testimonial, al hacer ver un instante importante de la actualidad inmediata, no es más que presente puro. Por el contrario, el punto de partida de la fotografía de reportaje, como también se la llama a la de modo pose, es una imagen atemporal. Es decir, esta puede ser reutilizada en el futuro, por ejemplo, en una ocasión de aniversario. Sin embargo, hay casos en que las fotografías testimoniales vuelven a funcionar en el periodismo escrito, pero como un vínculo entre la temporalidad del mundo y la historia personal del lector, y construye, a su vez, una red cognitiva. En la revista *Rolling Stone*, el modo de recepción de imágenes testimoniales en su origen puede advertirse en aquellas notas de opinión que se publican en el último número de cada año y que intentan presentar una especie de resumen anual con los hechos más significativos. Aquí, es posible observar una fotografía, publicada por la revista en diciembre de 2012, de una persona auxiliada por bomberos en la estación Once tras el accidente ferroviario ocurrido a principios de ese año.

En cuanto a la fotografía en la que se ve al protagonista posando, del total de artículos que componen el corpus de análisis, solo uno presenta imágenes de este estilo. Se trata de una crónica periodística sobre la toma del colegio Mariano Acosta. Para esta fueron fotografiados un miembro de la agrupación *Juventud Rebelde*, un coordinador del centro de estudiantes y un delegado de curso. Con una clara pose desafiante, los tres interpelan al lector a través de la mirada. Este tipo de fotografías suele servir para mostrar el carácter de una persona, más aún cuando esta pertenece al campo de la política.

Otra noción para analizar las imágenes es el de *fondo semántico*¹¹ (Verón, 2004). Según este concepto, la imagen solamente evoca al campo semántico

¹¹ La categoría de fondo semántico surge a partir del estudio de las tapas de un seminario francés en las que las imágenes ocupan la totalidad de su espacio. En la presente tesina, ya

designado por el texto que la acompaña. La referencia se produce a través de una asociación que moviliza un elemento extraído con mayor o menor precisión del repertorio de las fantasías icónicas o estereotipos visuales de una cultura. Este procedimiento, para Verón (2004), es *especular* y *circular*. En primer lugar, es especular porque se muestra aquello de lo que se habla, es decir, el texto remite a la imagen y esta al texto manteniendo un equilibrio semántico cerrado. En segundo orden, es circular porque, “en la medida en que la imagen se transforma en una especie de visualización de un concepto y no en el testimonio de un acontecimiento singular, la posible imprecisión de ciertas imágenes queda automáticamente anulada” (p. 133). En este caso, se suprime completamente la naturaleza testimonial de la imagen. La noción de fondo semántico se justifica por el carácter abstracto de las imágenes.

Algunos artículos que son analizados en este trabajo muestran imágenes que comparten características con las que fueron apuntadas para clarificar el concepto de *fondo semántico*. Aquí se puede advertir el procedimiento por el cual se recurre a un estereotipo cultural de lo icónico. El ejemplo más claro es el de una nota de opinión sobre economía política ilustrada con la imagen de un billete de dos pesos roto y gastado. Otro artículo de esta revista en el que también se puede observar este procedimiento es el que fue destinado a la militancia kirchnerista, el cual muestra una fotografía de un bombo con el nombre de la agrupación *La Cándora* y otra de unos pines con la imagen del ex presidente Kirchner vistiendo el traje del personaje del cómic *El Eternauta*.

Los medios gráficos disponen de diversas modalidades para dar una imagen de personas reconocibles, marcadas por la notoriedad, de diversos ámbitos. Una de estas fue llamada por Verón (1997) como la *retórica de las pasiones*. Con esta denominación se identifica al tipo de fotografías que es “arrancada” a una persona, de cierta manera, a sus espaldas o sin que advierta que está

que las portadas no son tenidas en consideración para el análisis, este concepto no puede ser aplicado de forma completa.

siendo fotografiada. Estas imágenes llevan “la traza de una situación precisa, de un instante determinado donde el personaje ha sido sorprendido cuando su rostro expresaba un estado de espíritu, o una emoción” (Verón, 1985: 10).

En la modalidad basada en el empleo de una especie de retórica visual de los personajes, pese al componente necesariamente identificador asociado a la representación de una persona pública, desaparece, según Verón (2004), el valor referencial de la imagen. En estos casos, es correcto hablar de una verdadera retórica de los personajes porque no se trata de una persona en una circunstancia puntual o en relación con un determinado acontecimiento.

Para Verón (1997), la temporalidad fotográfica es compleja en este caso: “la difusión de esta imagen que hace el medio anunciador remite al presente de una coyuntura” (p. 66). A su vez, ese anclaje en el presente de la actualidad no tiene que ver con las condiciones de producción de la fotografía ni con las circunstancias en que fue tomada. Aquí, esto último ya no tiene relevancia. Los medios escritos de comunicación masiva usan esta clase de fotografías para expresar un concepto abstracto, lo que es visible en estas es el “signo de una situación global, de una coyuntura” (*idem*).

Por lo común, los medios gráficos tienen un repertorio de materiales visuales con distintas variaciones en el semblante de quienes son fotografiados. Una expresión en el rostro de alguien que ocupa un cargo público o dedicado a la política, inmortalizado en una fotografía, puede ser empleada “para significar la situación del personaje en un momento determinado, situación que puede resumir al mismo tiempo la coyuntura política” (Verón, 1985: 10). A través de este método, es posible representar la dificultad de la situación que atraviesa el protagonista de una fotografía. Por otra parte, una persona notoriamente reconocida puede ser mostrada según la interpretación que quiera darle un medio de la coyuntura en la que esté implicada. No obstante, “el texto fijará el sentido exacto de la variación correspondiente” (*ibídem*, 2004: 134).

En lo que respecta a este análisis, la retórica de las pasiones no es ajena a las fotografías editadas por la revista *Rolling Stone*. Esta modalidad aparece básicamente en las notas de opinión. Una de estas, publicada después de las elecciones presidenciales de 2011, muestra un primerísimo primer plano de Cristina Fernández sonriendo. Otra de estas notas de opinión, en la cual la misma protagonista es distinguida por la revista como una de las figuras del año, fue presentada con una imagen parecida, aunque con un enfoque distinto, de la por entonces presidenta saludando alegremente. También en una nota de opinión se muestra una fotografía de quien ejercía el cargo de ministro de Economía, Axel Kicillof, rodeado de periodistas, mirando hacia el frente y con una expresión firme y decidida, justo debajo de una bajada que afirma: “El kirchnerismo encontró en los buitres a los villanos de 2014”¹².

Por otro lado, este procedimiento de la retórica de las pasiones funciona a su vez como *identificación*. Esto se produce cuando se muestra la imagen de un personaje de quien se habla en el artículo, pero no se especifica cuándo fue tomada la fotografía, ni dónde, ni en qué circunstancias. Para Verón (1997), las imágenes que combinan la función de identificación con cierta referencia a la actualidad constituyen una clase heterogénea y residual. Otras imágenes de este tipo cumplen la tarea de ilustrar el tema que se aborda en el artículo.

La retórica de las pasiones como identificación es un recurso muy utilizado por la revista *Rolling Stone*. Aun así, no es empleado en aquellas imágenes de grandes proporciones o que podrían ser identificadas como las principales de un artículo. A veces, la identificación está en el límite de lo decorativo.

Así como se podría pensar que los diarios son el *género P* más ligado a las imágenes testimoniales, también es posible sostener que los *dibujos* tienden a sustituir a las fotografías en los denominados semanarios o en las revistas mensuales de información. Sobre esta tendencia, Verón (1997) explica que “al proponer un dibujo, el enunciador del medio aclara que su intención no es la de mostrar la actualidad, sino la de decirnos lo que piensa de ella” (p. 63).

¹² Ver *Rolling Stone Argentina* N° 201.

La ilustración está presente en tres de las notas de opinión que componen el corpus de análisis de esta investigación. La intervención del enunciador es claramente explícita en, al menos, dos de estos dibujos. En el marco de las elecciones primarias de 2013, la revista *Rolling Stone* publicó una nota de opinión con un dibujo de Cristina Fernández, todavía como presidenta de la Nación, volando en un globo aerostático con el número 2015, en alusión al año electoral, y quien ocupaba el puesto de intendente del partido de Tigre, Sergio Massa, saludándola desde abajo con una honda escondida detrás de su espalda. Dos meses después, y días antes de las elecciones legislativas, la revista editó una nueva nota de opinión con la imagen de tres manos que quiebran la pica del escudo nacional. Contrario a la fotografía, con el dibujo el medio señala “su voluntad de querer significar algo” (Verón, 1985: 10).

Por otra parte, la fotografía es un soporte por el cual un observador puede reconocer un problema que le es propio y que, a su vez, comparte con otros. Esas son *fotografías categorizadoras*, o sea, “cuasi conceptos, que encarnan clases lógicas” (Verón, 1997: 67), donde el “haber estado allí” se pierde por completo, ya que se trata de problemas que todavía no se han solucionado. Dentro del corpus de análisis de este trabajo, un artículo expone una imagen de este género. Se trata de una fotografía en la que se puede observar una calle cortada por una manifestación que protesta, según uno de los carteles que exhibe una de las manifestantes, por la falta de suministro eléctrico.

Las imágenes sometidas a una retórica visual de los personajes, al igual que las metáforas, tanto gráficas como fotográficas, y los casos en los cuales “la ubicación espacial de las imágenes obedece a un modelo icónico en relación con la situación evocada por el título” (Verón, 2004: 134), son denominadas *imágenes conceptuales*. Lo que intenta transmitir este tipo de imagen ya no es un fiel reflejo de la realidad. Por lo tanto, son modalidades que se separan de las fotografías testimoniales y de la aplicación clásica de las imágenes en la prensa informativa que representan un acontecimiento singular.

Un caso interesante es el que se presenta en el número de la revista *Rolling Stone* publicado en diciembre del año 2013. En esa edición fue incluida una nota de opinión titulada “Asuntos pendientes antes de partir”, aludiendo al final del tercer gobierno kirchnerista, e ilustrada con una fotografía de Cristina Fernández subiendo a un auto. En este ejemplo, la relación especular entre la imagen y el texto, por intermedio de una retórica simple y explícita en la construcción de sus figuras, es total. Según Verón (2004), la metáfora visual es equiparable a la metáfora textual.

6.3.1. La relación entre el texto y la imagen

Un artículo periodístico es un conjunto discursivo compuesto por diferentes materias significantes, por lo tanto, un operador puede ser introducido en una marca no lingüística. Estas materias, más que los elementos de distribución en el espacio, como las dimensiones de los caracteres y el intervalo entre los textos, son las imágenes. Pero, en un análisis del discurso, estas no pueden ser examinadas en sí mismas, ya que son inseparables de los textos que las acompañan. Esta relación genera determinados efectos en cuanto al sentido que producen.

El vínculo entre el texto y la imagen depende de las propiedades observables en una y otra materia significativa. Una relación anafórica, a diferencia de la redundante, permite establecer un nexo discursivo caracterizado por “mostrar la imagen como prueba de la legitimidad de la denominación” (Verón, 2004: 89). En la revista *Rolling Stone*, la relación entre, por ejemplo, un epígrafe y una fotografía, presenta un carácter argumentativo. El texto puede respaldar a la imagen en el nivel de la identificación con el nombre del protagonista, pero lejos está de ser una relación de doble referencia, en la cual “el epígrafe solo describe en palabras lo que ya se puede ver en la imagen” (*ibídem*: 98).

No todas las imágenes de la revista *Rolling Stone* tienen una leyenda. Este medio suele utilizarlas para reforzar su relación de complicidad con el lector. Se trata de una característica que comparte con los títulos, los cuales, en su mayoría, son denominaciones de clases de acontecimientos no identificados

(Verón, 2004). Aquí, el acontecimiento es identificado mediante el flechaje fotográfico. Como existen otros eventos que pertenecen a la clase constituida por el titular, a los que este último se refiere sin identificarlos, el objetivo de esta relación es producir una apertura. Por esta razón es esencial el papel de las fotografías y las ilustraciones: los títulos remiten a ellas y estas se hacen cargo de la operación de identificación aun cuando no presentan epígrafes.

Reflexiones finales

En la presente tesina de grado se ha reflexionado acerca de la forma en que la revista *Rolling Stone* de Argentina construye sus discursos, especialmente aquellos que fueron publicados en su sección *Asuntos Internos* durante los dos mandatos presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner. Es decir, a lo largo de estas páginas se identificaron algunas de las condiciones con las que fueron producidos los artículos periodísticos que formaron el corpus de análisis. El enfoque teórico-metodológico en el que se enmarcó este estudio se cimentó sobre una puesta de diálogo de diferentes campos disciplinares que incluyen conceptos de la Teoría de los Discursos Sociales y del análisis de los discursos articulados con la noción de cultura juvenil. A continuación, son remarcadas las aristas principales que se desprendieron de este análisis.

Teniendo en cuenta que la revista *Rolling Stone* es, desde la perspectiva de su naturaleza significativa, un objeto complejo y que esta tesina se concentró únicamente en los discursos de una de sus secciones, esto es, en textos que son solo un fragmento del paquete constituido por los elementos significantes que componen el conjunto de cada publicación, no se debe ignorar que este contexto también forma parte de las condiciones de producción. Los temas que trata este soporte gráfico y, más precisamente, los artículos analizados, enmarcados en subgéneros como la crónica periodística y la nota de opinión, no solo son relativamente actuales, sino también socialmente relevantes. Un acontecimiento cualquiera de la vida individual y cotidiana no sería pertinente como asunto periodístico sin estas dos condiciones. Sobre su composición, estos subgéneros se caracterizan, entre otros atributos, por respetar ciertos formatos que rigen el modo en que se ordenan y distribuyen los contenidos.

Los componentes y las operaciones, comprendidos como organizadores del discurso informativo, son significativos para construir un universo semántico, capaz de ser descrito en función de la semantización de los elementos que forman el mensaje. Muchos rasgos del proceso de producción periodística están presentes en el encuadre del discurso. Al momento de nombrar a sus

discursos, la revista *Rolling Stone* se distancia de aquellos discursos sociales que son representativos de otros medios masivos de comunicación, como los diarios, y también de los que son típicamente producidos por periodistas en su rol de mediadores entre la actualidad y los consumidores de noticias. Al contrario, la revista adopta como modelo al discurso propio del relato literario, debido a que, regularmente, implementa operaciones de la enunciación que caracterizan a los textos ficcionales. Pero, para reconocer las propiedades de ciertos textos es preciso ponerlos en relación con otros.

Para titular las crónicas y notas de opinión que edita, la revista *Rolling Stone* prioriza la enunciación por encima del enunciado, esto es, las modalidades del decir por sobre lo que dice. En consecuencia, sus títulos son opacos o no informativos. Estos bien pueden designar, sin anunciarlo, un acontecimiento presentándolo como conocido por el lector o presentar, antes que un hecho, una situación cuya existencia se supone que el destinatario también conoce. Por tanto, como no suelen leerse nombres propios ni otra identificación que dé cuenta de un acontecimiento singular, la operación que se distingue aquí es la de *referencia anafórica*. En este aspecto, si el lector pretende reconocer una determinada situación, debe poseer un conocimiento previo respecto al hecho particular al que se refiere el artículo. Este saber es importante para recuperar una denominación original que fue transformada para generar un titular, pero también para construir una complicidad entre la revista y el lector.

Este vínculo de complicidad entre el enunciador y el destinatario se origina a partir de un juego del lenguaje en el que se involucran elementos que hacen referencia a objetos culturales. Los títulos analizados suelen mostrar pruebas de pertenencia a un universo cultural compartido. Ese universo al que recurre la revista *Rolling Stone* no es otro que el de la cultura juvenil. Por tanto, este soporte gráfico le atribuye ciertos conocimientos al lector y lo construye como alguien calificado para reconocer algunas alusiones. Varios de los encuadres discursivos aquí examinados fueron construidos mediante el procedimiento de *denominación sin identificación*. Estos se producen de acuerdo con una

denominación preexistente, ya conocida dentro de un determinado espacio cultural. Como el titular se vuelve reconocible por poseer las huellas de otras denominaciones preexistentes, se trata de una operación intertextual basada en un saber del que participan tanto el soporte gráfico como el lector.

Como dispositivos de apelación, los titulares se encuentran estrechamente relacionados con otros componentes del artículo. En la revista *Rolling Stone*, las imágenes se hacen cargo del anclaje y la importancia semántica de estas es definida por el texto a partir de un operador que fija su propio alcance. El acontecimiento no es reconocido por la operación lingüística del título, sino por lo que sugiere la imagen, en tanto referente de la denominación. Aquí, se trata de interpretar cada título de acuerdo a la contextualidad que le permita fijarlo con el tema al que hace referencia. El análisis de estos elementos se inicia con la identificación del tipo de enunciador que adopta el soporte.

Considerando que la revista *Rolling Stone* produce su información sobre un registro impersonal, sin modelizar lo que dice, sin disimular su propósito ni interpelar a su destinatario, respetando una cierta distancia, se puede inferir que asume la modalidad del enunciador objetivo. Eso se ve reflejado también en las imágenes y fotografías, visto que son consideradas como los lugares privilegiados donde el enunciador construye su vínculo con el lector. Estas corresponden a figuras de los modos del decir determinados por el *contrato de lectura*. En el soporte analizado, el tipo de *fotografía testimonial* aparece con cierta frecuencia, pero, también se hallan imágenes que comparten características con aquellas que son catalogadas dentro de la categoría de *fondo semántico*. Sobre todo las que, mediante un procedimiento por el cual se recurre a un estereotipo cultural de lo icónico, fueron transformadas en la visualización de un concepto y no en el testimonio de un acontecimiento.

Por otro lado, los ejemplos de fotografías que se agrupan dentro de la noción de la *retórica de las pasiones* tampoco son ajenos a las publicadas por la revista *Rolling Stone*. Cuando un artículo exhibe la fotografía de una persona sin especificar en qué contexto fue tomada, el procedimiento de la retórica de

las pasiones funciona como identificación. La implementación de imágenes que combinan esta función con una referencia a la actualidad es muy común en la revista, aunque la identificación suele estar en el límite de lo decorativo. Como también emplea dibujos, se puede dilucidar que la intención de este soporte gráfico no es la de mostrar la actualidad, sino expresar una opinión acerca de ella. A diferencia de las fotografías, a través de las ilustraciones la revista expone su intención de querer significar algo. Esto es similar a lo que ocurre con las imágenes *conceptuales*, que se distancian de las fotografías testimoniales y, por ello, lo que transmiten no es un reflejo de la realidad.

En líneas generales, como sus títulos no exponen un operador situacional o un indicador que permita identificar un hecho o acontecimiento singular, en esta revista priman las operaciones de referencia sin identificación apoyada en una anáfora relativa a las imágenes. Por tanto, la función metalingüística predomina por sobre la referencial. Dado que la operación anafórica permite establecer un nexo discursivo caracterizado por utilizar las imágenes como pruebas de legitimidad de la denominación, la relación que se construye aquí entre los textos y las imágenes presenta un carácter argumentativo. Es decir, los primeros remiten a las segundas y estas se encargan de la operación de identificación. Así, al acontecimiento es reconocido por el flechaje fotográfico.

Más allá de los de los objetivos, así sea el general o los específicos, de esta investigación, la intención de estas páginas fue realizar aportes que permitan seguir debatiendo y actualizando, como viene ocurriendo desde hace años, un extenso campo de reflexiones que ha situado a la construcción discursiva de los medios masivos de comunicación como eje fundamental.

Referencias bibliográficas

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1988) *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana.

Albornoz, L. A. y Hernández, P. (2005) “La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: Concentración, desnacionalización y ausencia de control público” en Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía.

Alonso, P. (2004) *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina, 1820-1920*. Buenos Aires: FCE.

Auza, N. T. (1978) *El periodismo de la Confederación 1852-1861*. Buenos Aires: EUDEBA.

Baldoni, M. (2012) “La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante: apuntes para analizar las tensiones en la ética periodística en la Argentina contemporánea” en *Quórum Académico*, Vol. 9, N° 2, 213-245.

Balestra, J. (1986) *El noventa. Una evolución política argentina*. Buenos Aires: Hyspamérica.

Balmaceda, E. (2008) *Rolling Stone: La publicidad y sus lectores*. Tesina de Grado. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Baranchuk, M. (2005) “Canales 11 y 13: la primera privatización de la década menemista” en Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía.

Barthes, R. (1970) *La semiología*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

Becerra, M. (2013) “Cambia, todo cambia: sistema de medios y regulación en la Argentina reciente”, en *Revista Argentina de Teoría Jurídica*, Vol. 14, 1-24.

Becerra, M. y López, S. V. (2009) “La contienda mediática: temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el gobierno y las entidades del campo argentino en 2008” en *Revista de Ciencias Sociales*, Año 1, Nº 16, 9-30.

Bertoldi, L. (2009) *Análisis sobre la construcción de la noticia en la revista Rolling Stone Argentina*. Tesina de grado, Universidad Empresarial Siglo 21.

Blanco, D. y Germano, C. (2005) *20 años de medios y democracia en la Argentina*. Buenos Aires: La Crujía.

Borrat, H. (1989) *El periódico, actor político*. Buenos Aires: Gedisa.

Bourdieu, P. (1998) *Capital cultural, escuela y espacio social*. México: Siglo XXI.

Califano, B. (2011) *El discurso kirchnerista en los medios de comunicación: un análisis de caso*. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

Carella, C. (2016) *Cristina Fernández y el Patio Militante: La construcción del puente generacional entre CFK y la juventud kirchnerista*. Proyecto de Investigación: Identidades genéricas y discursos multimodales en la comunicación contemporánea.

Carnevale, S. (1999) *La patria periodística*. Buenos Aires: Colihue.

Cazabet, Y. y Bonini, F. (2016) *Las representaciones de la juventud en la revista Rolling Stone argentina*. Tesina de grado, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

Cingolani, G. (2009) “Mediatización de la figura presidencial: espacios, estrategias y transiciones” en *Pentálogo Inaugural CISECO*, Jarapatinga: 28 de Septiembre. (Publicado luego como “A midiatização da figura presidencial: espaços, estratégias e transições” en Fausto Neto, A.; Mouchon, J. y Verón,

E. (orgs.) (2012) *Transformações da midiatização presidencial. Corpos, relatos, negociações, resistências*. São Caetano do Sul: Difusão Editora).

Cremonte, J. P. (2010) "Cada cual atiende su juego. La construcción del conflicto entre el Gobierno nacional y las entidades agropecuarias en Clarín, La Nación y Página/12" en Aronskind, R. y Vommaro, G. (comps.) *Campos de batalla: las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*. Buenos Aires: Prometeo.

Cohen, S. (2017) *Demonios populares y "pánicos morales": Delincuencia juvenil, subculturas, vandalismo, drogas y violencias*. Barcelona: Gedisa.

Dagatti, M y Fernández Navarro, M. B. (2018) "De abusos, dinastías y festejos. La prensa argentina ante la inauguración del Sitio de Memoria ESMA" en *Revista Mexicana de Opinión Pública*, Año 13, N° 25, 83-108.

De Diego, J. (2014) "¿Discurso político o politicidad de los discursos? Una propuesta para pensar la relación entre kirchnerismo y prensa", en Gindin, I. (coord.) *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas. Reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso (2003-2008)*. Rosario: UNR Editora.

De Diego, J. (2015) *La prensa escrita durante el gobierno de Néstor Kirchner: Periodismo de opinión y disputas por el sentido político frente al proceso de construcción del kirchnerismo: los casos de Clarín, La Nación y Página/12*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Di Paolo, B. (2017) "Clarín y Página/12 en el debate sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual" en *La Trama de la Comunicación*, Vol. 21, N° 2, 29-49.

Díaz, C. (2019) *Periodismo gráfico del siglo XX*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Duncan, T. (1980) "La prensa política: Sud América, 1884-1892" en Ferrari, G. y Gallo, E. (comps.) *La Argentina del Ochenta al Centenario*. Buenos Aires: Sudamericana.

Espeche, E. (2010) "La prensa hegemónica frente a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Del ocultamiento ideológico a la parcialidad explícita. El caso del Grupo UNO" en *Oficios Terrestres*, N° 25, 25-36.

Feixa, C. (1998) *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel.

Feixa, C. (2004) *Culturas juveniles en España (1960-2004)*. Madrid: Injuve.

Feixa, C. (2014) *De la generación @ a la #generación*. Barcelona: NED.

Feixa, C. y Nofre, J. (2012) *Culturas juveniles*. London: Sociopedia.isa.

Fernández, M. (2011) "El discurso político y la politicidad de los discursos. Una hipótesis de trabajo sobre la gestión de colectivos de identidad en periodismo y política" en *Question*, Vol. 1, N° 30.

Fernández, M. (2014) "Periodismo y política en la Argentina kirchnerista: disputas por la intermediación en el espacio público. Un análisis desde la perspectiva de la mediatización", en Gindin, I. (coord.) *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas. Reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso (2003-2008)*. Rosario: UNR Editora.

Flax, R. (2013) "La representación de los jóvenes en la retórica presidencial de Cristina Fernández de Kirchner", en Vitale, M. A. y Salazar, Ph-J., *Rethoric in South America*, e-book, 149-160.

Flax, R. (2015) "La caracterización de la juventud peronista en el discurso de Cristina Fernández de Kirchner", en *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, 16 (1), 58-77.

García Leiva, M. T. (2005) "Fin de milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de

Fernando de la Rúa” en Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía.

Gramsci, A. (1981) *Cuadernos de la cárcel*. México: Ediciones Era.

Hall, S. y Jefferson, T. (eds.) (2014) *Rituales de resistencia. Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de posguerra*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Halperin Donghi, T. (1985) *José Hernández y sus mundos*. Buenos Aires: Sudamericana.

Hebdige, D. (2004) *Subcultura. El significado del estilo*. Barcelona: Paidós.

Hortiguera, H. (2010) “Lógicas conspirativas: desconfianzas mutuas e ideologías de la sospecha en la Argentina de la Presidente Kirchner” en *Delaware Review of Latin American Studies*, Vol. 11, N° 2.

Igarzábal, N. (2010) *La tragedia de Cromañón, según las revistas Rolling Stone, La Mano y Soy Rock*. Tesina de grado, Universidad del Salvador, Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social.

Kitzberger, P. (2010) “Giro a la izquierda, populismo y activismo gubernamental en la esfera pública mediática en América Latina” en Sorj, B. (comp.) *Poder político y medios de comunicación*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Kitzberger, P. (2011) “La madre de todas las batallas: el kirchnerismo y los medios de comunicación” en Malamud, A. y De Luca, M. (coords.) *La política en tiempos de los Kirchner*. Buenos Aires: Eudeba.

Larrondo, M. (2013) “El discurso político Kirchnerista hacia la juventud en contextos de actos de militancia” en *Astrolabio Nueva Época*, N° 11, 334-363.

Lévi-Strauss, C. (1997) *El pensamiento salvaje*. México: FCE.

Marcuse, H. (1969) *Un ensayo sobre la liberación*. México: Joaquín Mortiz.

Martínez, F. (2010) *Crisis de hegemonía y re-significación de la democracia: discursos mediáticos durante el conflicto con las entidades rurales (2008) y la discusión de la ley de medios (2009)*. Universidad Nacional de Quilmes.

Mastrini, G. (ed.) (2005) *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía.

Mastrini, G. (2014) *Las industrias culturales en Argentina*. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información.

Mastrini, G. y Marino, S. (2008) “Al final del período. Los límites del progresismo. Las políticas de comunicación durante el gobierno de Néstor Kirchner” en *Oficios Terrestres*, Nº 21, 180-192.

Monod, J. (2002) *Los Barjots. Etnología de bandas juveniles*. Barcelona: Ariel.

Murdock, G. y McCron, R. (2014) “Conciencia de clase y conciencia de generación” en Hall, S. y Jefferson, T. (eds.) *Rituales de resistencia*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Pannuzzo, S. (2014) *Subcultura RS, esto ya no es rock. La disputa cultural en el rock argentino y la construcción de una cultura joven legítima a partir de la revista Rolling Stone*. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

Park, R. E. (1999) *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

Parsons, T. (1967) *Ensayos de teoría sociológica*. Buenos Aires: Paidós.

Parsons, T. (1976) “La clase escolar como sistema social: algunas de sus funciones en la sociedad americana” en *Revista de Educación*, Nº 242, 64-86.

Peirce, C. (1974) *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Rocca Rivarola, D. (2015) "Vínculos y formas de la militancia oficialista. Un modo de adaptación a las condiciones de fluctuación política en Argentina y Brasil" en *Papeles de Trabajo*, 9 (15), 170-198.

Roszak, T. (1981) *El nacimiento de una contracultura*. Barcelona: Kairós.

Ruiz, F. (2008) "La democracia editada: 25 años de periodismo y democracia en Argentina 1983- 2008" en *Temas de Comunicación*, N° 16, 89-107.

Saussure, F. (1994) *Curso de lingüística general*. Madrid: Planeta.

Sigal, S. y Verón, E. (2008) *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Eudeba.

Sirvén, P. (1984) *Perón y los medios de comunicación (1943-1955)*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Stefoni, J. A. (2013) "Controversias contemporáneas en el periodismo argentino. Los nudos de la política y el debate sobre la condición profesional (2009-2011)" en *Astrolabio Nueva Época*, N° 10, 389-419.

Urresti, M. (2002) "Culturas juveniles" en Altamirano, C. (dir.) *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.

Vázquez, M. (2013) "En torno a la construcción de la juventud como causa pública durante el kirchnerismo: principios de adhesión, participación y reconocimiento", en *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, Vol. 1, N° 7.

Vazquez, M. y Vommaro, P. (2012) "La fuerza de los jóvenes: aproximaciones a la militancia kirchnerista desde La Cámpora" en Pérez, G. y Natalucci, A. (eds.) *Vamos las bandas. Organizaciones y militancia kirchnerista*. Buenos Aires: Editorial Nueva Trilce.

Verbitsky, H. (1997) *Un mundo sin periodistas. Las tortuosas relaciones de Menem con la prensa, la ley y la verdad*. Buenos Aires: Planeta.

Verón, E. (1985) “El análisis del contrato de lectura: un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media” en *Les médias: expériences, recherches actuelles, applications*. París: IREP.

Verón, E. (1987) *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. (1993) *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1995) *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras.

Verón, E. (1997) “De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía” en Veyrat-Masson, I. y Dayan, D. (comps.) *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1998) “Mediatización de lo político”, en Gauthier, G.; Gosselin, A. y Mouchon, J. (comps.) *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (1999) *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2013) *La semiosis social, 2. Ideas, momentos e interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

Vincent, L. (2011) “La disputa por la mediación durante el kirchnerismo en Argentina” en *Confines*, Vol. 7, N° 13, 49-81.

Vismara, J. (2015) *After chabón: El discurso en las revistas Rolling Stone y Soy Rock, antes y después de la tragedia de Cromañón*. Tesina de grado, Universidad del Salvador, Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social.

Vommaro, G. (2008) *Mejor que decir es mostrar. Medios y política en la democracia argentina*. Buenos Aires: UNGS/Biblioteca Nacional.

Vommaro, G. y Baldoni, M. (2012) “Bernardo y Mariano: las transformaciones del periodismo político en Argentina de los años ochenta a los años noventa” en *Mediálogos, Revista de Comunicación Social*, Año 1, Vol. 2, 59-81.

Whyte, W. F. (1971) *La sociedad de las esquinas*. México: Diana.

Willis, P. (2017) *Aprendiendo a trabajar*. Madrid: Akal.

Zunino, E. (2016) “El periódico como campo de tensiones: Un análisis del despliegue informativo y publicitario” en *Austral Comunicación*, Vol. 5, N° 2, 183-204.

Artículos periodísticos

Gilmore, M. (2006) “Historias secretas en la Casa Blanca” en *Rolling Stone Argentina*, edición especial, N°2.

Greene, A. (2017) “Charlas con el poder” en *Rolling Stone Argentina*, N°237.

Greene, A. (2017) “Haciendo la primera edición” en *Rolling Stone Argentina*, N°233.

Schmidt, E. (2003) “Soñar, soñar” en *Rolling Stone Argentina*, N°64.

Wenner, J. (2006) “Rolling Stone: edición 1000” en *Rolling Stone Argentina*, edición especial, N°2.

Fuentes electrónicas

Rolling Stone Argentina (s/f) *Información* [página de Facebook], Facebook, recuperado el 3 de diciembre de 2018 de

http://www.facebook.com/rollingstoneargentina/about/?ref=page_internal