

Las imágenes entre medios

La representación fotográfica de la muerte de Néstor Kirchner entre la figura política y el rol de los medios de comunicación

Elina Suarez

Facultad de Humanidades y Ciencias, UNL

Resumen

En el presente trabajo se analiza la construcción de la figura mediática de Néstor Kirchner, ex presidente de la República Argentina, tomando como referencia las tapas de diarios y como correlato también las atribuciones o lecturas que se suscitaron a consecuencia de su fallecimiento en los medios de comunicación de la Argentina. En tal sentido, se recurrirá a una lectura entre líneas de los discursos portados por los diferentes medios gráficos desde su muerte. Ello atendiendo a la manera en que las fotografías fueron parte importante para que editorializaran la noticia.

Palabras clave:

fotografía, medios de comunicación, política, cultura, representación.

Abstract

In the present study the construction of the figure examines media's former Néstor Kirchner President of Argentina, taking as a reference the covers of newspapers and as a correlative also assignments or readings

Keywords:

photo, communication, politic media, culture, representation.

that were raised as a result of his death in the media of the Argentina. In this regard will make use of a reading between lines of the ported by the different discourses graphics media since his death. This response to the manner in which the photographs were an important part to editorialize the news.

Introducción

En el presente trabajo se analiza la construcción de la figura mediática de Néstor Kirchner, ex presidente de la República Argentina, tomando como referencia las tapas de diarios y como correlato también las atribuciones o lecturas que se suscitaron a consecuencia de su fallecimiento en los medios de comunicación de la Argentina. En tal sentido, se recurrirá a una lectura entre líneas de los discursos portados por los diferentes medios gráficos desde su muerte. Se toman como detonantes las palabras pertenecientes a Ricardo Balbín, presidente de la Unión Cívica Radical entre 1959 y 1981, que fueran pronunciadas en las exequias de su máximo rival político, el ex presidente Juan Domingo Perón: «Los grandes muertos dejan siempre un mensaje».

Se considera que en la Argentina la manera de representar la muerte de la persona física de un líder político supone el resurgir de debates sociales. En los medios de comunicación históricamente los sucesos sociales, y hasta personales, se transformaron en detonantes para

despertar en la sociedad, y por ende en los mismos medios, el resurgir de ideas, conceptos y enfrentamientos políticos.

Para comprobar lo dicho se van a tener en cuenta los títulos de primera plana (principales y secundarios) y sus respectivos despliegues en páginas interiores de los diarios escogidos, considerando también en éstos las notas de opinión referidas en forma expresa al mandatario en un lapso de 15 días desde su muerte.

Se aborda aquí el modo en que en los medios de comunicación se mediatizó (se tradujo) un suceso social y político como la muerte de un ex presidente. Para ello se evalúa la utilización de la fotografía como herramienta para expresar un contexto social y político de la Argentina al momento del deceso de Néstor Kirchner, pero también la forma de representar en los diversos medios a la figura política.

Se insta a ver el proceso mediático por el cual el sujeto y objeto de la información se convierte en una figura significativa para la política y la sociedad argentina, sosteniéndose que no se trata sólo de imágenes o de una expresión de condolencias, o de la

escritura de una realidad inminente, sino que cada medio exige una lectura diversa sobre hechos personales o públicos que son a la vez políticos.

En principio, se debe entender que la fotografía es una representación que envuelve para su lectura los signos provenientes del código cultural, constituye una fuente de información muy valiosa. Por lo que creo que el reflexionar acerca de la utilidad de la fotografía significa pensarla como un proceso cultural del que interesa tanto el contenido como la descripción de una cultura y la relación entre el sujeto, la imagen y el contexto.

En este sentido, las imágenes que perduran son testimonio de quién la realizó y del hecho que fotografió. La fotografía juega un importante papel en la visualización de las actividades políticas, sociales o culturales del hombre, lo que la convierte en un verdadero documento social. Si los periódicos constituyen una fuente histórica básica para la comprensión de los avatares del hombre durante los últimos siglos, la fotografía, sea la de prensa, la profesional e, incluso, la fotografía de aficionado, representa la memoria visual y es un medio de representación además de parte fundamental de la comunicación.

La fotografía contribuye hoy a hacernos notar los cambios en el espacio u objeto, y en la sociedad su rol como documento social permite, por ejemplo, reconstruir o representar un hecho histórico.

Las imágenes que se analizan en el presente artículo son más que un objeto en sí mismo y vehículos ilustrativos de hipótesis definidas de antemano, son medios facilitadores de una sensación pero, más que ello, son utilizadas como los registros para una plataforma de reflexión, son un pasaje a la interrogación más que el final de un recorrido político-social establecido.

Las imágenes de este análisis buscan constituirse en una fuente de observación llevada a un primer plano aunque siempre concertándose con otras fuentes, datos y percepciones contenidos en la palabra escrita y que operan en la selección, encuadres, secuencias y disposición gráfica.

En este marco, es importante de aclarar, entonces, que se debe tener en cuenta la *intención fotográfica*, que no reside en un carácter ilustrativo de un acontecimiento limitado a lo económico-político sino en el punto de cruce de este acontecimiento con las inseparables condiciones del espacio, fundiéndose ambas cuestiones en la representación de lo real. Y con ello, provoca efectos de percepción que resultan inspiradores, con los que se puedan interpretar los acontecimientos de otra manera. Con la *intención fotográfica* se entiende que la imagen dejó de ser un simple complemento del texto escrito para pasar a constituir un documento que transmite experiencias e ideologías.

Lectura de las fotografías y noticias sobre la muerte de Néstor Kirchner

Mostrar la manera en la que los medios gráficos trataron el acontecimiento del fallecimiento de Néstor Kirchner

supone examinar a los medios como proceso, que actúa en todos los niveles allí donde los seres humanos se congreguen, donde requiera comunicarse, informarse, entender. (...) Pero que a la vez son también en lo fundamental político o quizá políticamente económico, los significados que se proponen y elaboran por medio de los diferentes comunicaciones que inundan nuestra vida diaria (Silverstone, 1990:18).

Por lo cual se entiende que, al referirse a los medios de comunicación, cada persona realiza una interpretación y traducción de los desafíos que se le presentan, y esto sucede por las variaciones que existen entre los individuos en cuanto a su bagaje social y sus circunstancias personales.

En el caso particular del suceso social político del fallecimiento del ex mandatario, se coincide en la idea de que «el acontecimiento es una información, un elemento nuevo que irrumpe en el sistema social, el acontecimiento es precisamente lo que permite comprender la naturaleza de la estructura y el funcionamiento del sistema» (Alsina, 1993:17).

Así se incide en la lectura de las noticias sobre el hecho, que en los medios se da

una construcción de la realidad varía según el carácter que se le otorgue a la propia realidad social, que no es necesariamente incomparable al modo en que los actores sociales la interpretan histórica y culturalmente.

En el ejercicio de dirigir la atención a los medios que se analizan en primer lugar se debe tener en cuenta que la elaboración de una noticia es un proceso socialmente determinado e intersubjetivamente construido. Así pues, podemos establecer que los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante.

Dicho proceso se contempla desde un punto de vista dialéctico entre tres tipos de realidad, siguiendo a lo tratado en el texto de Alsina: *social objetiva* en este caso, el fallecimiento de Néstor Kirchner, hecho constatable y objetivo.

Luego, está la realidad *social simbólica*, que consiste en las distintas formas de expresión simbólica de la realidad objetiva. Es aquí donde entran a jugar los *mass media*, convalidando la multitud de realidades alegóricas evidentes alrededor del suceso.

Queda una tercera realidad, que es *social subjetiva*, una mixtura entre lo que sucede con la presencia de las dos anteriores a nivel de construcciones individuales. En síntesis, para simplificar el anterior esbozo teórico y entender la relación entre acontecimiento—fuente—noticia, lo primero que se debe de hacer es buscar

la manera de entender o una forma en la que se puedan leer los medios para que se evidencien las diversas realidades al interior de la noticia y cuáles son las características generales del trabajo periodístico que se realizó en torno al acontecimiento escogido.

Diversas lecturas se dieron en los medios tras la muerte de Néstor Kirchner, y a continuación se verán los análisis de las primeras planas, haciendo hincapié en la fotografía pero prestando atención al contenido total de la plana de los diarios para tener una visión integral del discurso del medio de comunicación en las semanas subsiguientes al hecho.

En primera instancia, por ejemplo, los diarios *La Nación*, *El Cronista*, *Clarín*, los cuales representaron un escenario político de fragilidad institucional como consecuencia de la muerte del ex presidente. Las primeras planas de estos diarios muestran la fotografía de primer plano del rostro del ex mandatario, o acompañado de su esposa y actual presidenta. En la tapa de *Clarín* del 29/10/10 se muestra la fotografía de Cristina sola junto al féretro (desde un punto de vista alto) pero lo acompaña el titular «Dolor en el *masivo* adiós a Kirchner». La foto-

grafía no condice con el escrito¹ sino que más bien emula la soledad, la fragilidad, ante la falta de una supuesta dirección del modelo político representado en la figura de Néstor Kirchner.

Los titulares y notas de opinión en los diarios *Clarín* y *La Nación* hacen referencia a la muerte del político con un claro modelo discursivo. Por ejemplo, se lee: «El súbito fallecimiento del ex presidente y diputado nacional Néstor Kirchner conmovió ayer al país y dejó al gobierno de su esposa, Cristina Kirchner, sin el principal líder político del proyecto» («La muerte de Néstor Kirchner», 28/10/2010). «La consecuencia obvia, imposible de callar, es que se ha producido un sacudón en el corazón del poder» («De ahora en más nada será igual». Por Jorge Gregorich, 28/10/2010). En algunos casos se afirma que con la muerte de Néstor Kirchner finaliza una «era», que debe comenzar un nuevo kirchnerismo o aparecer la puerta a otra alternativa política. Esto último en alusión a las preguntas que se realizaron en los medios acerca de si la presidenta cambiaría el rumbo de las políticas sostenidas hasta el momento. Conjuntamente, en estos medios se imponen constantemente las

1. La fotografía de la tapa del diario *Clarín* a la que se hace referencia tiene un punto de vista alto, por lo que sólo se ve la parte superior del ataúd, la imagen se toma en un ángulo totalmente de arriba hacia abajo, en posición perpendicular con respecto al suelo, es decir, lo más extremo posible de una toma en picado, donde se ve la base de la cabeza de la persona junto a éste y se da la impresión de profundidad. Es muy común usarla para dar un panorama de abismo.



ideas de debilidad, tristeza, los símbolos del luto como la vestimenta negra, y la necesidad de nuevas alianzas.

Diferente es el caso de la cobertura de los diarios *Página/12*, *Popular* o *El Ciudadano*, que recurren al repertorio de herramientas de marcada intencionalidad editorial comparecientes con las políticas o ideales que el gobierno de Néstor Kirchner manifiesta. Por ejemplo, estos diarios reconocen la imagen presidencial con una construcción de sentido basada en la idea de «fortaleza», «experiencia en la gestión», «convicción», «larga militancia», «apoyo popular para marcar la adhesión política». Esas construcciones de sentido de los enunciados escogidos

por estos medios giran en torno a la idea de fortalecer la imagen de la presidenta Cristina Fernández desde el momento de la muerte de su marido. Y se advierte un intento de mostrar y demostrar que hubo mucha gente en la Plaza de Mayo que no sólo fue a despedir a Néstor sino a apoyar a la actual mandataria.

La tapa del domingo 31 de octubre está marcada por una nota principal escrita por Horacio Vertbisky sobre el entierro, y cita a Cristina Fernández en título principal: «No vamos a cambiar justo ahora», como para ratificar el rumbo político y marcar la decisión de la presidenta. Las dos notas de opinión de *Página/12* tienen títulos que reafirman la afinidad hacia la

imagen presidencial: Adriana Puiggrós titula «En el camino de Néstor, la "presidenta coraje"», y Claudio Villaruel: «La esperanza de un país distinto».

En la fotografía de tapa del diario *Tiempo Argentino* aparece: «hasta siempre», y en la misma se muestra la imagen del ex presidente montada junto a la figura de los dibujos del *Eternauta*,² y haciendo una lectura entre líneas hace referencia a la contribución a la política de derechos humanos.

En esa edición de 28 de octubre de 2010, un día después del fallecimiento, se lee en primera plana: «ayer a las 19:15 el ex presidente de la Nación Néstor Kirchner entró a la eternidad. Una Argentina acongojada por la muerte del estadista y militante que saco al país de la peor crisis de la historia argentina», y para respaldar tales afirmaciones, a manera de edición especial, escriben representantes de organizaciones de Derechos Humanos, de la música, el arte y los medios.

En el caso de la revista *Barcelona*,³ en su edición número 199 del 2 de noviembre de 2010 da lugar al nacimiento de una afirmación política de la eternización de la figura de Néstor Kirchner. En tapa tiene un contenido fuertemente metafórico e irónico, con reconocimiento por parte de ese medio, donde se intenta representar con la fotografía de tapa un mito para la sociedad Argentina y la popularización a través de la figura emblema del rock internacional (se lo identifica a Néstor con Jim Morrison). Luego, en la misma tapa, con una tipografía grande, se despliega en la imagen el título: «Murió un crispador, nace un rockstart, Néstor is not dead», y debajo, a manera de copete, dice: «los jóvenes argentinos vuelven a la militancia gracias a Kirchner. Por qué Mariano Ferreira y Luciano Arruga⁴ no se suman a la Néstor Manía».

Para explicar estos títulos, primero se debe considerar la palabra «crispador», que da lugar a definir, por parte de la

2. *El Eternauta* es una historieta argentina de ciencia ficción creada por el guionista Héctor Germán Oesterheld y el dibujante Francisco Solano López. Oesterheld pasó a la clandestinidad, desde donde finalizó el guión, y el 27 de abril de 1977 fue secuestrado. Se convirtió en uno de miles de desaparecidos durante la dictadura autodenominada Proceso de Reorganización Nacional.

3. En esta revista, como en la tapa del diario *Página/12* que se describe, han empleado un software de edición para las imágenes. En estos dos casos descritos se manipulan digitalmente las imágenes para ajustar el relato fotográfico hacia una marcada línea editorial que apunta a marcar los logros de la política kirchnerista. En el diario *Página/12* se hace un montaje para dar importancia al fondo y tratar de adecuarlo a quien se está fotografiando. Y en el caso de *Barcelona* se superpone el rostro del ex presidente a la fotografía de Jim Morrison, de la banda The Doors, que fue tomada en 1967 por Gloria Stavers.

4. Mariano Ferreyra (Sarandí, 3 de junio de 1987 – Buenos Aires, 20 de octubre de 2010) fue un dirigente de la Federación Universitaria de Buenos Aires (FUBA) y militante del Partido Obrero. En una →

revista *Barcelona*, a la figura de Néstor como aquel político que se enfrentó a los grandes sectores económicos.

Además, la misma publicación atribuye (en su titulación e imagen) la renovación de la política argentina a la labor de gobierno de Kirchner, a la vez que incluye la problemática de la represión que se produjo a dos jóvenes militantes.

En tanto, los titulares del diario *Crónica* vuelven a enunciar el «hasta siempre», pero en este caso hay una fotografía de Néstor abrazando a Cristina en su tapa del día 28 de octubre de 2010.

Un caso particular es el del diario *Página/12*, que incluye en su tapa una caricatura del ex presidente que dice: «fuerza a todos» en su edición de día 2 de noviembre de 2010.

Para definir lo expuesto anteriormente, se puede decir que, aunque los medios de comunicación no sólo son sistemas de significación, cabe afirmar que el sentido de lo que se dice en ellos tiene relación con la inscripción de los mismos en la estructura de la sociedad a que pertenecen. Su forma de enunciar reproduce el carácter de la sociedad, su saber y su técnica, los antagonismos que la dividen y las creencias que comparten sus grupos e individuos. O al menos eso se pretende.

En estos últimos años se apela a la idea de que los medios no son el lenguaje, son la sociedad.

En este contexto es posible entender que los medios forman la opinión pública e instalan estereotipos. Los medios cultivan la sociedad de ideas contrapuestas y para elaborarlas parten de grupos con determinados intereses, es decir, de los partidos políticos, organizaciones comerciales, corporaciones o grupos de activistas.

Hay que tener en cuenta que, según las características sociopolíticas en que estén insertos los medios, se darán relaciones distintas en la producción de la noticia. De hecho, los medios «se organizan para responder a las exigencias de esta vasta colectividad, heterogénea en su estructura social pero culturalmente homogeneizada; ellos organizan la expresión, las ideas y los sentimientos» (Benito: 1995:273).

Incluso el control y el uso simbólico de los acontecimientos que ellos realizan difieren según los intereses a los que responden, como se evidenció con el tratado en los análisis de medios gráficos respecto de que en la Argentina los mismos se encuentran diferenciados a la hora de plasmar la realidad pero también escriben en función de

manifestación de trabajadores tercerizados, Ferreyra recibió un disparo en el pecho producto de la represión de un grupo de afiliados a la Unión Ferroviaria. Luciano Arruga es un adolescente argentino que se encuentra desaparecido desde el 31 de enero de 2009, cuando fue interceptado por la policía bonaerense en Lomas del Mirador, provincia de Buenos Aires.

la mayor parte de la audiencia y adoptan una actitud activa frente a la oferta de comunicación a la que tienen acceso, eligiendo los medios y los temas de acuerdo con criterios propios, los cuales pueden o no coincidir con los criterios que ha tomado en cuenta el mediador (Alsina, 1993:29).

Por lo tanto, se entiende que esos medios de comunicación (los diarios *Clarín*, *La Nación*, *Crónica*) han tratado la figura política de Néstor Kirchner, han manifestado con la edición de la noticia de la muerte del mandatario posturas ideológicas, extrapolando el hecho periodístico a la sociedad, por ejemplo, al mostrar en sus fotografías a la presidenta Cristina Fernández como su compañera política, y en sus noticias se la asoció como la representación de la incertidumbre política a consecuencia del deceso de su marido, enunciando comentarios sobre la continuidad o no de un modelo de país.

En cambio, en el caso de los diarios *Página12*, *Crítica* y la revista *Barcelona* enfocan su mirada hacia el pasado, la gestión del kirchnerismo con Néstor Kirchner y las ideas que el movimiento político representa.

El eslogan de que los medios son la sociedad vuelve, y esta extrapolación de modelo de país o debate político-social de los medios de comunicación se puede explicar o está íntimamente relacionada con el concepto de *interés público*. Según McQuail (1992), éste es el campo en

que las partes luchan por determinar las políticas editoriales. El interés público lleva a invocar fines sociales en todas las cuestiones en las que perdura el territorio de las políticas colectivas debatientes en el seno de la sociedad.

En términos generales, la definición del interés público, conforme a este autor, depende de tres fuerzas: el Estado, la sociedad y las empresas. Todos estos actores tienen intereses en los medios de comunicación. El Estado tiene la obligación de administrar y potenciar el desarrollo de los servicios, mientras que los privados, según cómo sea el tipo de administración por parte del Estado, se verán beneficiados o no para desarrollar su actividad y buscarán generar condiciones óptimas de mercado. Por último, el interés de la sociedad en esta definición proviene de la búsqueda de diversidad, calidad y participación.

Al analizar el funcionamiento del sistema de medios, podemos ver de manera más evidente cómo se apela al interés público y el rol que éste tiene en estrecha relación con lo económico y lo político. El debate por la nueva Ley de Medios hizo más marcada la lucha mediática que es, al mismo tiempo, una lucha económico-política, y en el centro de todo ello está la sociedad. En este sentido, se puede entender que

la confrontación abierta entre el gobierno nacional argentino y sectores importantes

del sistema mediático ha puesto en cuestión la función del periodismo y su lugar en relación al sistema político. Colocado como actor en la arena política, oficiando como opositor u oficialista, construido como aliado o como antagonista (Fernández, 2012:14).

En definitiva, con la editorialización de las fotografías se debe de ver que los medios de comunicación evidentemente no son neutros, pertenecen a grupos financieros importantes, tienen alianzas políticas y están anclados con frecuencia en afinidades ideológicas. Las conspiraciones existen pero son múltiples, se contradicen y se entrecruzan.

Al respecto se sostiene que, históricamente, los medios dan información y jerarquizan los problemas en función de intereses determinados. Por ejemplo, en el contexto en el que se gestan las tapas sobre la muerte de Néstor Kirchner, se establece una versión que muestra una diferencia de apreciación y análisis del hecho por parte de los medios. Una hipótesis de la partición puede ejemplificarse haciendo referencia a los intereses económicos comprometidos por la futura Ley de Medios promovida por el gobierno kirchnerista, está presente en el caso de la pérdida de licencias de comunicación por parte del conglomerados de empresas radiales, televisivas y de medios

gráficos que conforman el grupo Clarín, las cuales consiguió gracias a medidas de privatización y beneficios de adquisición en la década del '90. Y a este proceso de privatizaciones de las empresas públicas se asoció la reducción del Estado. Entonces se infiere que el grupo empresario se encuentra enfrentado y perjudicado por las medidas que implican una mayor injerencia de las decisiones de gobierno sobre el destino de las comunicaciones.⁵

A partir de lo analizado en las imágenes de cada medio gráfico podemos ver el fenómeno de partición o diferencias ideológicas a la hora de informar sobre la muerte de Néstor Kirchner.

Es necesario entonces, para complementar la comprensión de las imágenes, entender un contexto social y político en donde los medios y las imágenes tratadas se gestan.

Para iniciar esta descripción se debe nombrar a quien es evocado en las imágenes, Néstor Kirchner. En las fotografías analizadas se ve claramente que todos los medios refieren, en las fotografías de Néstor Kirchner, a la gestión del gobierno.

En este sentido, se gestan en los medios distintos estereotipos —si tomamos, por ejemplo, *Tiempo Argentino* o *Página/12*, o la revista *Barcelona*— que muestran en los artículos, en las fechas posteriores al fallecimiento del mandatario, hechos de

5. En el contexto de las privatizaciones, la imposición de la llamada economía de libre mercado en favor de los monopolios y la plena libertad de inversión para los capitales extranjeros.

gobierno que, según estas publicaciones periódicas, provocaron enfrentamientos del kirchnerismo con históricos grupos de poder.

Los medios anteriormente mencionados resaltan los logros o aciertos de la política emprendida por el gobierno con los sectores militares tras la derogación de las Leyes de Obediencia Debida y Punto Final, juntamente con la consecuente reapertura de juicios a los responsables del Estado durante la última dictadura militar. Estos sucesos se encuentran representados, por ejemplo, en la fotografía de tapa del diario *Tiempo Argentino*, donde en el fondo de la imagen se muestran figuras representativas de la lucha por los derechos humanos.

La llegada de Kirchner al gobierno llevó a que algunos medios —a través de sus notas e imágenes— se manifiesten y representen su apoyo ante ciertas medidas políticas; ello se evidencia en la revista *Barcelona* al mostrarlo en su tapa y llamarlo «crispador» o identificarlo con figuras trascendentes para los jóvenes.

En este marco se puede reflexionar sobre cómo se van gestando a través de los medios analizados en este escrito, y en sus correspondientes fotografías, «enfrentamientos que describen el cumplimiento del programa de gobierno, cuyo signo es el del cambio radical de la gestión gubernamental frente a las políticas neoliberales imperantes en las décadas precedentes, devolviendo al Estado el

protagonismo concedido al mercado» (Califano, 2012:89).

Así, el cuadro de situación es el siguiente: por un lado, tenemos al gobierno y a su representante inmediato, Néstor Kirchner, representado por los medios gráficos *Tiempo Argentino*, *Página/12*, *Barcelona*; y por otro lado, el Grupo Clarín y *La Nación*, que se presentan como dominantes en el mercado de los medios gráficos, en tanto que el primero es un conglomerado de medios, con lo que esto significa, que más público alcanza más pauta publicitaria y por ende más intereses económicos involucrados.

Para aclarar el panorama, se debe entender que la prensa escrita es

un sector fundamental dentro del entramado de industrias de la cultura, que acrecienta su tradicional importancia por su incidencia en el debate político, cultural, económico y social de cada país, lo que repercute en su estratégica posición en la construcción de consensos en cada sociedad (Benito, 2005:353).

Por otra parte, las evidencias documentales y sus datos correspondientes llevan a reafirmar la parcialidad y el posicionamiento político de los medios de comunicación, cuya actividad dista mucho de buscar la objetividad y la neutralidad.

Al mismo tiempo, los distintos gobiernos han buscado controlar a los medios y emplearon la producción mediática como

estratégica para el desarrollo de la gestión gubernamental. Esto permite señalar a ambos actores (Estado y prensa) como responsables de la tensión en torno a la libertad de expresión y la democracia en el país.

Conclusión

Luego de la apreciación del tratamiento mediático de las noticias sobre la muerte de Néstor Kirchner, la reflexión que se suscita es la sensación de confrontación política que se encuentra latente en la sociedad, de la cual los medios forman parte y se transforman en un campo de lucha de relatos y de sentidos interpretativos, donde los actores intentan imponer sus puntos de vista sobre el hecho, extrapolando la muerte de Néstor a los cambios políticos, económicos y sociales que ocurrieron a consecuencia de su gestión.

El espacio público, el espacio político, está hoy —y lo ha estado históricamente— mediatizado. Se fue transformado en un ámbito de lucha simbólica por el poder en el país. En este proceso están presentes los medios (todos sin excepción:

Clarín, La Nación, Tiempo Argentino, Página/12, Barcelona), que editorializan cotidianamente con títulos y selección de imágenes, construyendo relatos políticos y liderazgos mediáticos.

Ambos aspectos están íntimamente unidos. El poder hoy no puede prescindir de la comunicación y la defensa del derecho a la comunicación, es parte de la acción política. Para adquirir significación, esta última tiene que nutrirse de respuestas que alimenten de sentido la vida cotidiana de los ciudadanos. La noticia, como realidad social construida, no es más que una de las realidades que los individuos construimos cotidianamente. Y «queda claro que la lectura del diario procura, al menos a ciertos lectores, la sensación de una participación imaginaria en los acontecimientos del universo» (Alsina, 1993:36). Desde esta perspectiva, el consumo de información se torna un ritual en sí. Desde este punto de vista, podría decir que la comunicación como fenómeno de información es menos significativa que como participación ritual del público.

Bibliografía

- ALSINA, M. R. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- APREA, G. y KIRCHHEIMER, M. (2009). Argentina: crisis y renovación desde los márgenes. En Orozco Gómez, G. y Vasallo de López, M. (Coord.). *La ficción televisiva en Iberoamérica. Narrativas, formatos y publicidad*. Guadalajara: Ediciones de la Noche.
- ALBORNOZ, L.; HERNÁNDEZ, P.; MASTRINI, G.; POTOLSKY, G. (1998). *Al fin solos*. UBA Departamento de Ciencia y Técnica. Buenos Aires.
- BECERRA, M. y MASTRINI, G. (2009). *Los Dueños de la Palabra*. Quito: Prometeo.
- BENITO, Á. (1995). *La invención de la actualidad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- CALIFANO, B. (2009). *Medios y políticas de comunicación en Argentina bajo el gobierno de Néstor Kirchner 2003–2007*. UBA. Buenos Aires.
- DAGATTI, M. (2007). Una excursión por la bilis térrea. La asunción presidencial kirchnerista según *Clarín*. En *Revista Argentina de Comunicación* (2)2, 97–119. Buenos Aires: Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS) – Prometeo Libros.
- FERNÁNDEZ, M. (2012). *Quieren preguntar. El lugar institucional del periodismo y las tensiones de la mediatización de la política en la argentina Kirchnerista*. Jornadas nacionales de investigadores en comunicación. Universidad Católica de Santiago del Estero.
- GODIO, J. (2006). *El tiempo de Kirchner. El devenir de una «revolución desde arriba»*. Buenos Aires: Letra Grifa.
- McQUAIL, D. (1992). *El control de los medios*. Barcelona: Amorrortu.
- MARINO, S. (2005). *A mitad de camino: ¿Políticas? de comunicación en la Argentina kirchnerista*. Ponencia ante el III Congreso Panamericano de Comunicación, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Mimeo.
- REPOLL, J. (2010). *Política y medios de comunicación en Argentina. Kirchner, Clarín y la Ley*. Barcelona.

- SILVERSTONE, R. (1990). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amortu.
- WORTMAN, A. (1997). *Construcción imaginaria de la desigualdad social*. Buenos Aires: CLACSO.
- Diario *Clarín*, 28/10 hasta 5/11/10.
- Diario *La Nación*, 28/10 hasta 2/11/10.
- Diario *Crítica* 28/10/10.
- Diario *Tiempo Argentino*, 28/10/10 hasta 6/11/10.
- Revista *Barcelona* N° 199, 2/11/10.
- Diario *Página/12*, desde 28/10/10 hasta 10/11/10.