

# La imagen discursiva del FIT en la revista *Barcelona* desde el Análisis Crítico del Discurso

Leticia Osorez Ferreyra

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

[gleticia\\_osorezf@hotmail.com](mailto:gleticia_osorezf@hotmail.com)

## Resumen

El humor sociopolítico permite cuestionarnos lo establecido por la ideología dominante en distintos aspectos de la vida social, por lo que resulta fundamental su manifestación en una sociedad democrática como la nuestra. Es por ello que en este trabajo llevamos a cabo un estudio sobre la revista *Barcelona* -una publicación de humor sociopolítico que imita a los diarios- y la gestión de imagen que ésta realiza acerca del Frente de Izquierda y de los Trabajadores (FIT) en sus publicaciones durante el período posterior a las Elecciones Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias 2011 (PASO) en Argentina. Nos preguntamos acerca de las estrategias del lenguaje que utiliza *Barcelona* para construir dicha imagen y qué aspectos del FIT enfatiza o minimiza en esta operación discursiva tomando los postulados del Análisis Crítico del Discurso y conceptos de la Teoría de la Cortesía.

**Palabras clave:** discurso, humor, política, izquierda

## Introducción

El humor político representa una herramienta esencial para la crítica ideológica. A través de él nos permitimos cuestionar lo establecido por la ideología dominante en distintos aspectos de la vida social. Los discursos humorísticos y su circulación se vuelven fundamentales en una sociedad democrática porque nos posibilitan pensar la política deconstruyendo los discursos de sus representantes y descubriendo así sus contradicciones.

La revista *Barcelona* es una publicación de humor político que construye -a partir de diversas estrategias discursivas- determinadas imágenes sobre funcionarios, hechos de actualidad, partidos políticos y otros actores sociales, como el Frente de Izquierda y los Trabajadores (FIT), objeto del presente estudio. *Barcelona* utiliza el humor como elemento



disparador de la crítica por excelencia. Observa la realidad con un determinado criterio, jugando así un papel persuasivo en la formación de los juicios personales de los lectores, en la construcción de su identidad personal y su modo de estar en el mundo. La riqueza y la originalidad en cuanto a la combinación de estrategias discursivas, retóricas, icónicas y de géneros que utiliza la revista, fundamentan la importancia de hacer un análisis como éste que dé cuenta de la construcción del sentido acerca de las fuerzas políticas en un período pre-electoral de nuestro país.

Por su parte, el FIT es un frente electoral surgido el 14 de abril de 2011 por la unión del Partido Obrero, el Partido de los Trabajadores Socialistas y la Izquierda Socialista, -todos con una orientación trotskista- para presentar candidatos para las elecciones presidenciales: Jorge Altamira (Presidente) y Christian Castillo (Vicepresidente). Basándose en un planteo obrero-socialista y de independencia de clase, el FIT busca la movilización de trabajadores y oprimidos contra el gobierno y las patronales, y se convierte de esta manera en un ente opositor al gobierno kirchnerista.

El presente artículo forma parte del resultado de un trabajo de investigación más extenso sobre la revista *Barcelona* que fue llevado a cabo en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán como proyecto de tesina de grado. Nuestra investigación indaga acerca de la imagen que construye *Barcelona* sobre el Frente de Izquierda y de los Trabajadores, y a partir de qué estrategias discursivas lo hace, considerando las publicaciones posteriores a las elecciones PASO del año 2011 hasta las elecciones nacionales del mismo año en Argentina.

En esta oportunidad trabajamos con un corpus formado por once textos publicados en la revista *Barcelona*, pertenecientes al período ya mencionado. El marco teórico es el Análisis Crítico del Discurso (Van Dijk, 1980, 2003; Iñiguez Rueda, 2003) y además tenemos en cuenta los conceptos provenientes de la Teoría de la Cortesía, como *imagen* o *self* (Goffman, 1959) y los aportes de Fant y Granato de Grasso a su propuesta (2004).

Al comenzar este proyecto, en términos generales, nos propusimos realizar un aporte desde los estudios del discurso acerca del rol que juega la prensa de humor político en la Argentina y revelar las relaciones entre posicionamientos ideológicos y opciones discursivas que utiliza *Barcelona* para construir determinada imagen sobre un partido político (FIT) opuesto al gobierno kirchnerista. En particular, nuestros objetivos fueron describir la imagen que *Barcelona* construye acerca del FIT y analizar las estrategias discursivas utilizadas por la

revista en la construcción de imágenes y representaciones de los actores políticos de dicho frente.

## 1. Análisis Crítico del Discurso y teoría de la Cortesía

Siguiendo a Van Dijk (2001), el Análisis Crítico del Discurso (ACD) es una perspectiva crítica, rigurosa y multidisciplinar sobre la realización misma del saber. Se trata de un análisis del discurso llevado a cabo con una actitud determinada que se centra en los problemas sociales –en especial, el papel del discurso en la producción y en la reproducción del abuso del poder o de la dominación- desde una perspectiva acorde a los intereses de los grupos dominados.

Teniendo en cuenta la interdisciplinariedad que caracteriza al ACD, en este trabajo hemos seleccionado a modo de complemento la Teoría de la cortesía de Erving Goffman y su noción de *imagen* que nos será de utilidad para analizar posteriormente el corpus.

Siguiendo a Goffman (1959), podemos definir el concepto de *self* como una unidad que se reconoce en la exposición ante el otro con el que coopera y coordina. Es una construcción social que se manifiesta a través de la imagen (*face*) con la que cada sujeto se presenta en la interacción. La imagen es la representación del self ante sí y ante el otro en la situación. Y como la definición proviene de los otros, la imagen se hace un objeto de valor absoluto, el objeto sagrado de veneración y preservación en los rituales de la interacción social, donde se produce la *elaboración de la imagen* o *figuración*. Así, la cortesía, “interpretada como competencias que los hablantes ponemos en juego para negociar identidades y representaciones del mundo, dentro del marco de relaciones interpersonales y funcionales en las que como seres sociales estamos involucrados” (Douglas, 2005: 57) -se vuelve un concepto indispensable en nuestro marco teórico.

En relación a la Teoría de la cortesía, consideramos importante tener en cuenta la propuesta teórica de Fant y Granato de Grasso (2004), quienes postulan el concepto de *gestión interrelacional*. Según esta noción, el sujeto emisor, al planear su enunciado hace una evaluación de cuál va a ser la recepción de su mensaje, por parte del interlocutor o auditorio y prevé la relación que quiere establecer o mantener éste. Para esta gestión interrelacional, y puesto que el sujeto emisor reconoce la existencia de códigos que es necesario respetar en determinados tipos de situación o actividad, se vale de estrategias o recursos comunicativos que le permitan alcanzar sus metas en un contexto concreto.

Fant y Granato de Grasso, basándose en la propuesta de Spencer Oatey (2000) proponen cinco necesidades de imagen:

1. Imagen de semejanza: El individuo necesita proyectar cierto grado de semejanza con los otros miembros. De lo contrario, puede percibir una amenaza de exclusión.

2. Imagen de cooperatividad: El individuo debe mostrarse como un miembro cooperativo, de lo contrario corre el riesgo de verse excluido.

3. Imagen de excelencia: El individuo necesita proyectar sus buenas cualidades, atribuciones, etiquetas o categorizaciones dotadas de valor positivo.

4. Imagen de rol o de identidad relacional: La interacción humana se realiza a través de identidades socialmente confirmadas, que pueden o no ser permanentes.

5. Imagen de jerarquía: Es la atribución al individuo de un valor absoluto derivado de su posición social e independiente de cuáles sean sus propiedades de *excelencia*.

Esta tipología es la que hemos utilizado para trabajar el corpus en el presente artículo, como veremos más adelante.

## 2. *Barcelona*: humor y política

Siguiendo a Fraticelli (2008), consideramos a *Barcelona* como una publicación de humor socio-político que imita a los diarios -principalmente a *Clarín*<sup>1</sup>- utilizando sus géneros periodísticos para enunciar, burlarse y opinar sobre temas agenda, en forma paródica y políticamente incorrecta. Esta publicación, que pertenece al linaje de la prensa satírico-burlesca, surge en abril del 2003 para configurar una nueva narrativa sobre la realidad combinando el humor y la información a través de una operación metadiscursiva (Bertone Crippa, 2012). *Barcelona* intenta cuestionar con la parodia a los medios periodísticos convencionales: el humor aquí funciona como un arma y la parodia como un reactivo que busca poner en discusión la manera de informar de dichos medios. *Barcelona* no usa el metalenguaje ni la crítica de glosa, sino la burla.

López Winne (2010: 13) describe el concepto de *parodia* y explica que para manifestar un juicio crítico existen básicamente dos caminos: 1) la corriente ensayística tradicional – *metalenguaje*-; y 2) la crítica a través del lenguaje que ataca a su objeto imitándolo para criticar sus falencias y ponerlo en ridículo. Este último camino es la parodia. El autor define a

1 *Clarín* es el diario argentino con mayor tirada y pertenece al Grupo Clarín. Fue fundado en 1945 y durante el mandato de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner se mostró como un medio opositor. Actualmente se muestra a favor de las medidas tomadas por el gobierno del presidente Mauricio Macri.

*Barcelona* como una parodia que interviene críticamente sobre el funcionamiento de los medios en general y de Clarín en particular (López Winne, 2010: 16).

Ahora bien, hablar de parodia significa hablar de lo cómico, aunque no todas las parodias sean cómicas. En el caso de la revista *Barcelona*, la risa surge de una preocupación particular por señalar una falla y ponerla en ridículo. La risa es un reclamo sobre esa falla o imperfección que sobrepasa el marco de la experiencia individual y cobra fuerzas gracias a su insensibilidad: se trata de una risa que no tolera la emoción, y no siente compasión por nada ni nadie. Todo puede ser objeto de ella.

La parodia no suele enfrentarse a cualquier texto, sino que el efecto crítico se dirige hacia un modelo consagrado -el orden social establecido- ridiculizándolo y proponiendo así un nuevo enfoque -subversivo y ridiculizante- frente a este modelo. Así, la parodia nace con una intención desnaturalizadora del orden social, y por ello ligada a la dimensión de lo político, como problematizadora de valores (Hutcheon, 1993: 183- 203 citado por López Winne, 2010: 36).

Entonces, la representación de la realidad que ofrece *Barcelona*, basada en el principio de que no existe una última verdad y de que nada merece ser respetado, puede entenderse también como un gesto subversivo y carnalesco. En este sentido, todo puede ser objeto de risa. Es interesante retomar aquí la obra de Bajtín (1987) donde describe la forma de las fiestas populares: el carnaval es la única fiesta que el pueblo se da a sí mismo, sintiéndose el amo. La muchedumbre es un todo popular organizado a su manera, fuera y frente a todas las formas existentes de estructura coercitiva social, económica y política, en cierta medida abolida por la duración de la fiesta. Es una muchedumbre que sale a las calles y entre ellas no hay ninguna jerarquía: además todos pueden asumir los roles de cualquiera a través de las máscaras. Esto representa un gesto subversivo ya que rompe con el orden social e invierte roles entre la muchedumbre.

### **3. Frente de Izquierda y de los Trabajadores**

El Frente de Izquierda y de los Trabajadores (FIT) es una coalición política formada el 14 de abril del 2011 por la unión del Partido Obrero, el Partido de los Trabajadores Socialistas y la Izquierda Socialista con el objetivo de ganar las elecciones presidenciales de Argentina en 2011. Es un frente con orientación trotskista que presentó como candidatos a Jorge Altamira (presidente) y a Christian Castillo (vicepresidente). Esta coalición surge a causa de la ley de Democratización de la Representación Política, la Transparencia y la Equidad Electoral, la cual



establece nuevos requisitos para la presentación de agrupaciones políticas a las elecciones: por un lado, una garantía de los candidatos de entre el uno y dos por mil de los inscriptos en el padrón, y por otro lado, el mínimo de uno y medio por ciento de los votos válidamente emitidos. En este contexto, el frente funcionó como una rápida salida ante la imposibilidad de los partidos de presentarse cada uno por separado.

Entre las propuestas que el FIT presenta en las elecciones presidenciales encontramos: el aumento del salario mínimo a 8000 pesos; el pago del 82% móvil del salario a los jubilados, con aplicación retroactiva; el reparto de las horas de trabajo disponibles y formación profesional a cargo de los empleadores, el fin de la tercerización; el ingreso a planta permanente, la vigencia del convenio más favorable en todas las empresas; el cese del pago de la deuda externa; la nacionalización sin indemnización de los bancos, el petróleo, la minería, las telecomunicaciones y el comercio exterior agrario; la nacionalización de los ferrocarriles y la entrega de su control y gestión a los trabajadores en todos los niveles; juicio y castigo a todos los culpables del crimen de Mariano Ferreyra. En materia de política internacional, podemos mencionar: respaldo a la rebelión popular; expulsión del imperialismo de todos los países; apoyo a la unidad socialista de América Latina, al socialismo internacional y a las revoluciones árabes; rechazo a la intervención de la OTAN en Libia; rechazo a la ocupación Israelí en los territorios palestinos<sup>2</sup>.

Es fundamental entender al FIT en función al kirchnerismo como una entidad opositora. Desde su surgimiento, el kirchnerismo llamó la atención de las denominadas izquierdas en nuestro país: hizo entusiasmar a algunas pero también hizo enfurecer a otras. Horacio González (2011) sostiene que el kirchnerismo comenzó su tarea citando a los dispersos, a los hilos sueltos de la memoria subterránea y a los grupos de acción del período anterior. Con el kirchnerismo se puso fin a la experiencia asamblearia del 2001: se trató de un nuevo proyecto institucionalizador. Los sectores que tenían sus expectativas puestas en aquel movimiento asambleario, anhelaban que éste se convirtiera en la novedad absoluta que reabsorbiera todos los poderes sociales y fundara una nueva democracia.

Para explicar las distancias entre las formas de interpretar la realidad que tienen la izquierda y el kirchnerismo, González describe el debate que se llevó a cabo a fines del 2010 entre Norberto Galasso y Jorge Altamira luego del asesinato de Mariano Ferreyra llevado a cabo por un grupo armado de la burocracia sindical (González; 2011: 67). En esta oportunidad,

---

2 <http://www.pts.org.ar/Declaracion-programatica-del-Frente-de-Izquierda-y-de-los-Trabajadores> (20/01/2014).

Galasso acusa al dirigente del PO de ser aliado de Ritondo, de Cecilia Pando, de Posse, de Redrado, de Puerto, de Barrionuevo y de Toma, ya que Altamira ataca al gobierno por lo que no ha hecho mientras que estos funcionarios quieren voltearlo por lo que ha hecho. De una u otra forma, en conjunto creen que es conveniente interrumpir el avance del kirchnerismo. Entonces las conductas políticas del PO coinciden objetivamente con las de la derecha y esto es lo que verdaderamente importa: los sentidos de lo político deben medirse por sus efectos.

Para Horacio González, el kirchnerismo no es una condensación del poder de la burguesía. Al lado de las corporaciones del poder económico, el kirchnerismo representa sólo una forma más de poder capaz de dejar sin efecto la proclama de Altamira respecto a que el poder lo concentra siempre *el gobierno de turno*. Esta afirmación no tiene en cuenta la configuración heteróclita del poder en una sociedad contemporánea, en la que la existencia de un gobierno que toma medidas adelantadas es combatida por corporaciones económico-mediáticas que manejan el arte pulsional del miedo y la inseguridad (González; 2011: 75).

#### 4. Análisis del corpus

Nuestro corpus está compuesto por once textos publicados en la revista *Barcelona*, pertenecientes al período posterior a las elecciones PASO 2011 en Argentina. Siguiendo la propuesta de Van Dijk (2003), analizamos la dimensión social del discurso, su contexto socio-político y los actos de habla e interacciones presentes en el corpus. También analizamos sus necesidades de imagen teniendo en cuenta la gestión de imagen que realiza *Barcelona* sobre el FIT (Fant y Granato de Grasso, 2004).

Sobre el contexto socio-político en el que se producen los textos analizados, se trata de las elecciones para futuro presidente y vicepresidente de la nación, en medio de una campaña en la que el FIT tiene mucho por hacer. Luego de haber logrado en las PASO el piso de 400.000 votos, buscó reforzar la estrategia comunicacional que habían tenido hasta ese momento para obtener los votos necesarios.

En cuanto a los actos de habla presentes en la enunciación, la revista *Barcelona* principalmente critica al FIT por su maniobrar desesperado para lograr votos en la recta final de las elecciones, aunque lo hace de manera implícita. Creemos que la revista no toma ninguna bandera partidaria en su construcción discursiva, sino más bien la bandera ideológica de la ruptura y el anti-discurso institucionalizado. Denuncia y critica a partidos y candidatos, mientras que rechaza el sentido tradicional o serio de los discursos, transformándolos en objetos de risa (Fratlicelli, 2008).

Siguiendo con el estudio de la dimensión social del discurso en los textos seleccionados, analizamos la construcción del FIT en *Barcelona* teniendo en cuenta la propuesta de Fant y Granato de Grasso (2004) acerca del concepto de necesidades de imagen. Luego de un minucioso análisis, podemos decir que la revista *Barcelona* toma el lugar de los miembros del FIT -es decir, ocupa su rol, adquiere su identidad de grupo- para revelar sus aspectos o atributos de valoración negativa. Entre ellos, adoptan: 1) una actitud divisionista (falta de consenso, discusiones entre los candidatos a causa de temas banales); 2) una actitud sectaria (resistencia hacia lo masivo); y 3) una actitud contradictoria (contradicciones entre las propuestas históricas de la izquierda y la estrategia comunicacional que lleva a cabo).

A su vez, estos contrastan con las cualidades que el FIT trata de atribuirse a través de su estrategia comunicacional de acuerdo a lo que observamos en los textos de *Barcelona*: 1) unión y trabajo en equipo entre los miembros del FIT; 2) una actitud tolerante y amistosa con los medios masivos; y 3) convicciones fuertes y compromiso histórico.

Ante tales inconsistencias, las necesidades de imagen se ven afectadas. En primer lugar, la *imagen de semejanza* resulta alterada porque, si bien los miembros del FIT se construyen como un grupo de semejantes entre sí tratando de igualarse a otros partidos con la difusión de sus propuestas, la revista *Barcelona* construye la imagen opuesta. Los funcionarios del FIT tienen una actitud divisionista en donde sobresalen las diferencias entre Altamira y Castillo. La difusión de sus propuestas a través de los medios masivos demuestra las contradicciones del partido y ridiculiza a sus miembros.

Ej. La nota del N° 229<sup>3</sup> hace referencia a la aparición del FIT en programas con audiencias masivas y las tensiones que el gesto provoca entre los miembros:

(...) Christian Castillo rechazó enfáticamente la invitación que le formulara la conductora televisiva Annabella Ascar para debatir en su programa de Crónica TV sobre el devenir de la clase trabajadora con el simpático Amigacho (...)



En segundo lugar, la *imagen de cooperatividad* resulta afectada ya que los miembros del FIT se construyen como un grupo unido y funcional pero la revista *Barcelona* revela lo

3 *Barcelona*, N° 229, p. 4, 16 de septiembre de 2011.



contrario. En los textos analizados son frecuentes las disputas entre los miembros del frente por cuestiones de poca relevancia y se especula con su ruptura en cualquier momento.

Ej. La nota del N° 233<sup>4</sup> titulada *El cristiancastillismo y el josecastillismo garantizan la unidad del castillismo hasta las próximas vacaciones*

hace referencia a una división no oficial dentro del FIT que se garantiza no ocurrirá, pero que existe una diferencia de opiniones:

La unidad del castillismo es un capítulo especial dentro de la historia del trotskismo argentino. Nos ha costado mucho obtenerla, y por eso no la vamos a rifar así como así”, señaló Christian Castillo. “Es cierto, vamos a permanecer unidos, siempre y cuando ustedes no empiecen otra vez con esas desviaciones burguesas que los caracterizaron desde que existen”, replicó José Castillo (...).



; Figura 10- Barcelona N° 233; p. 4; 14 de Octubre de 2011.

En tercer lugar, la *imagen de excelencia* se ve afectada ya que, mientras los miembros del FIT resaltan lo positivo de ser la *izquierda revolucionaria* e independiente como una alternativa de los trabajadores para estas elecciones, la revista *Barcelona* ironiza qué tan revolucionario puede ser un partido que brinde con Chiche Gelblung y que pida votos a través de las redes sociales con el auspicio de Jorge Rial.

Ej. La nota del N° 226<sup>5</sup> titulada *Altamira defiende su polémico brindis con Gelblung: “En lugar de festejar que Chiche recuperó su conciencia de clase, pretenden que lo putee”*, muestra el intento de Altamira por justificar su aparición en los medios masivos poniendo una excusa de tintes marxistas:

“(…) para mí es muy importante que Chiche haya dejado de ser el buchón de la dictadura que alguna vez fue para convertirse en un flamante soldado del proletariado”, destacó.



Figura 1- Barcelona N° 226; p. 5; 26 de Agosto de 2011.

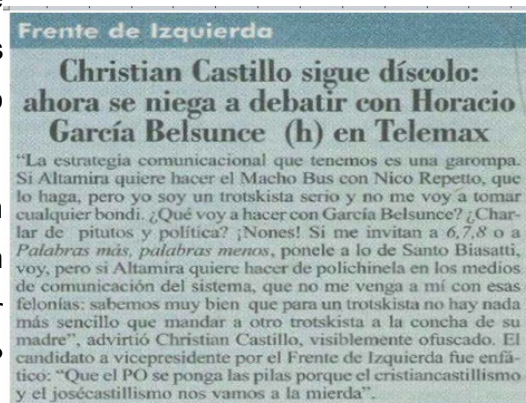
4 *Barcelona*, N° 233, p. 4, 14 de octubre de 2011.

5 *Barcelona*, N° 226, p. 5, 26 de agosto de 2011.

En cuarto lugar, la *imagen de rol o de identidad relacional* resulta alterada ya que el FIT construye su propia imagen como una entidad cuyo objetivo es constituir la alternativa a la hegemonía kirchnerista posicionándose abajo con los trabajadores, mientras que la revista *Barcelona* muestra cierta funcionalidad entre el FIT y las empresas mediáticas que poco tienen que ver con los intereses de los trabajadores.

Ej. En la revista N° 230<sup>6</sup>, se visibiliza un conflicto entre los miembros del FIT debido a la concurrencia de Jorge Altamira a programas de audiencias masivas, correspondientes a empresas mediáticas. A continuación detallamos un fragmento de las declaraciones de Christian Castillo:

(...) “Si Altamira quiere hacer el Macho Bus con Nico Repetto, que lo haga, pero yo soy un trotskista serio y no me voy a tomar cualquier bondi. ¿Qué voy a hacer con García Belsunce? ¿Charlar de pitutos y política? ¡Nones! Si me invitan a 6,7,8 o a *Palabras más, palabras menos*, póneme a lo de Santo Biasatti, voy, pero si Altamira quiere hacer de polichinela en los medios de comunicación del sistema, que no me venga a mí con esas felonías: sabemos muy bien que para un trotskista no hay nada más sencillo que mandar a otro trotskista a la concha de su madre”, advirtió Christian Castillo, visiblemente ofuscado. El candidato a vicepresidente por el Frente de Izquierda fue enfático: “Que el PO se ponga las pilas porque el cristiancastillismo y el josécastillismo nos vamos a la mierda”.



Frente de Izquierda  
**Christian Castillo sigue díscolo: ahora se niega a debatir con Horacio García Belsunce (h) en Telemax**  
“La estrategia comunicacional que tenemos es una garampa. Si Altamira quiere hacer el Macho Bus con Nico Repetto, que lo haga, pero yo soy un trotskista serio y no me voy a tomar cualquier bondi. ¿Qué voy a hacer con García Belsunce? ¿Charlar de pitutos y política? ¡Nones! Si me invitan a 6,7,8 o a *Palabras más, palabras menos*, póneme a lo de Santo Biasatti, voy, pero si Altamira quiere hacer de polichinela en los medios de comunicación del sistema, que no me venga a mí con esas felonías: sabemos muy bien que para un trotskista no hay nada más sencillo que mandar a otro trotskista a la concha de su madre”, advirtió Christian Castillo, visiblemente ofuscado. El candidato a vicepresidente por el Frente de Izquierda fue enfático: “Que el PO se ponga las pilas porque el cristiancastillismo y el josécastillismo nos vamos a la mierda”.

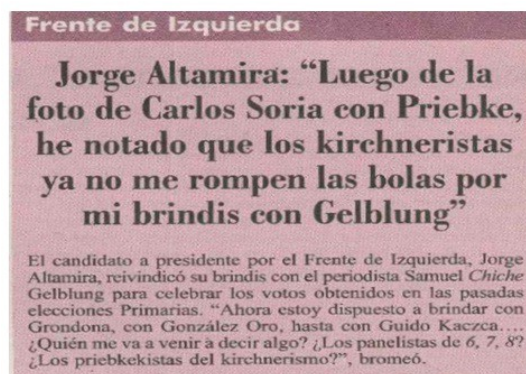
Figura 4- *Barcelona* N° 230; p. 4; 23 de Septiembre de 2011.

Por último, la *imagen de jerarquía* resulta afectada debido a las inconsistencias que encontramos entre las figuraciones del FIT y de *Barcelona*. El FIT, con los atributos que se autoproclama (independencia, reivindicación de las clases más populares, dirigencia revolucionaria, etc.) busca mostrar mayor jerarquía con respecto a otros partidos que participan en las elecciones. Esta jerarquía es políticamente correcta y moralmente justa y se basa en la victimización del frente (leyes *proscriptivas*, piso de 400.000 votos, etc.).

Ej. En la nota del N° 231<sup>7</sup>, el falso Jorge Altamira, luego de la foto de Carlos Soria con Priebke y manifestando una supuesta superioridad ética en la política, se pregunta:

“¿Quién me va a venir a decir algo? ¿Los panelistas de 678? ¿Los priebkistas del kirchnerismo?”.

La revista *Barcelona* cuestiona esta jerarquía dejando ver las incongruencias de estos discursos de campaña en relación con lo que realmente hace el



Frente de Izquierda  
**Jorge Altamira: “Luego de la foto de Carlos Soria con Priebke, he notado que los kirchneristas ya no me rompen las bolas por mi brindis con Gelblung”**  
El candidato a presidente por el Frente de Izquierda, Jorge Altamira, reivindicó su brindis con el periodista Samuel Chiche Gelblung para celebrar los votos obtenidos en las pasadas elecciones Primarias. “Ahora estoy dispuesto a brindar con Grondona, con González Oro, hasta con Guido Kaczca. ... ¿Quién me va a venir a decir algo? ¿Los panelistas de 6, 7, 8? ¿Los priebkekistas del kirchnerismo?”, bromeó.

Figura 5- *Barcelona* N°; p. 4; 30 de Septiembre de 2011.

6 *Barcelona*, N° 230, p. 4, 7 de octubre de 2011.

7 *Barcelona*, N° 231, p. 4, 30 de septiembre de 2011.



FIT y cómo actúan sus miembros. Por ejemplo, en las noticias de los números 226 y 230 descritas anteriormente, *Barcelona* relata hechos falsos que exaltan la aparición de Jorge Altamira en programas de audiencias masivas. Esto contradice su discurso de victimización con respecto a la ley *proscriptiva* y sus constantes críticas al capitalismo y a la burguesía.

A modo de conclusión, es necesario detallar que las notas abordadas en este análisis permiten distinguir una serie de características negativas sobre el FIT: en primer lugar, las constantes *escisiones entre los miembros* de cada partido o frente (este rasgo está presente en cuatro textos analizados<sup>8</sup> donde se muestran tensiones entre los miembros del partido por temas irrelevantes); en segundo lugar, *los orígenes sectarios y actitud de superioridad intelectual y moral lejos de las masas trabajadoras* (se hace referencia a este rasgo en tres textos<sup>9</sup> ya detallados); y por último, *una actitud opositora ante gobiernos de origen popular y actitud solidaria ante gobiernos nacidos de la usurpación o el fraude* (este rasgo se refleja en la nota que relata el brindis de Altamira con Gelblung<sup>10</sup> como un gesto simbólico de triunfo y solidaridad en las futuras elecciones con el propósito de hacer explícita la complicidad de Gelblung con la dictadura).

Entonces, la revista *Barcelona* critica las acciones del FIT en su campaña para alcanzar una determinada cantidad de votos y además consideramos que la crítica no es meramente coyuntural o para beneficiar a otros partidos políticos, sino más bien una crítica global e histórica de la izquierda argentina que trasciende las elecciones PASO 2011. A través de diversas estrategias discursivas, la revista *Barcelona* construye una imagen negativa acerca del FIT, como una entidad que se fracciona constantemente, de orígenes sectarios y actitud de superioridad intelectual y moral, que se construye en oposición a gobiernos de origen popular y en solidaridad con gobiernos nacidos de la usurpación.

## Conclusiones

Finalizado ya el análisis podemos decir que la revista *Barcelona* en su gestión de la aloimagen sobre el FIT, resalta las actividades negativas (Fant y Granato de Grasso, 2004), es decir, aquellas que tienden a perjudicar o debilitar la imagen social del FIT. Estas actividades forman parte de una aproximación a algunos rasgos de la aloimagen de la izquierda en la

---

8 *Barcelona* N° 228 – 229 – 230 y 233.

9 *Barcelona*, N° 226 – 229 y 230.

10 *Barcelona*, N° 226, p. 5, 26 de agosto de 2011.

Argentina: la revista construye al FIT como una entidad que se fracciona constantemente, de orígenes sectarios y actitud de superioridad intelectual y moral, además de mostrar oposición ante gobiernos de origen popular y solidaridad ante gobiernos nacidos de la usurpación.

Esto se logra a través de diversas estrategias del lenguaje presentes en su dimensión social. Aquí analizamos el contexto socio-político, las acciones e interacciones de la revista *Barcelona* a través del discurso con el público al que se dirige, y detallamos las necesidades de imagen que se ven afectadas por estas acciones discursivas. La revista critica al FIT a través de su discurso por su maniobrar desesperado para lograr votos en la recta final de las elecciones, revelando atributos de valoración negativa: una actitud divisionista, una actitud sectaria y una actitud contradictoria. Entonces se ve afectada la imagen de semejanza ya que la revista *Barcelona* construye la imagen de los miembros con una actitud divisionista donde siempre sobresalen las diferencias entre Altamira y Castillo. También la de cooperatividad, ya que la revista revela frecuentes disputas entre los candidatos por cuestiones de poca relevancia y especula con la ruptura del frente en cualquier momento. Se cuestiona la imagen de excelencia pues *Barcelona* enfatiza las cualidades negativas del FIT: qué tan revolucionario puede ser un partido que brinde con Chiche y que pida votos a través de las redes sociales con el auspicio de Jorge Rial. Se debilita, asimismo, la imagen de rol o de identidad relacional ya que la revista muestra una cierta funcionalidad con otros sectores políticos que poco tienen que ver con los intereses de los trabajadores. Por último, se cuestiona la imagen de jerarquía: mientras el FIT se atribuye valores como independencia, reivindicación de las clases más populares, dirigencia revolucionaria, etc., *Barcelona* critica esta jerarquía dejando ver las incongruencias de estos discursos de campaña en relación con lo que realmente hacen los representantes del FIT.

Este análisis nos permitió indagar acerca del posicionamiento ideológico de *Barcelona* como enunciador genérico. Consideramos que se trata de un posicionamiento crítico hacia el FIT, en tanto que reproduce una crítica hacia las izquierdas en la Argentina que trasciende los hechos noticiosos de la actualidad política del momento y trasciende además la simple *chicana*. Sin embargo, no consideramos que las críticas hacia el FIT provengan de un posicionamiento de derecha o de algún partido en particular, sino más bien su objetivo es oponerse a todo discurso institucionalizado a través de la parodia. *Barcelona* es rupturista con el discurso tradicional del periodismo y su forma de construir los acontecimientos de la actualidad política, como también lo es con el discurso pseudo-progresista, moralista, elitista y de tono serio del FIT. *Barcelona* busca que el lector se ría absolutamente de todo: hace humor tomando como



blanco cualquier discurso institucionalizado exponiendo sus críticas en forma de periodismo lisérgico, construyendo una escena conflictiva que señala a quién oponerse y mostrando una postura incorrecta con la cual identificarse (Fratlicelli; 2008).

## BIBLIOGRAFÍA

- Bajtín, M. (1987) *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Buenos Aires: Alianza Argentina.
- Bertone Crippa, M. (2012) “5 puntos sobre la revista Barcelona”, en *Question* – Vol. 1 N° 33, UNRO.
- Douglas, S. (2005) “La cortesía: perspectivas teóricas y estrategias lingüísticas” en Marañón, L. (coord.), *Competencia comunicativa. Los juegos del lenguaje en el discurso*. Facultad de Filosofía y Letras: UNT.
- Fant, L. y Granato de Grasso, L. (2004) “Cortesía y gestión interrelacional: hacia un nuevo marco conceptual”, disponible en: SIIS Working Papers 1 <http://lab1.isp.su.se/iis/>. Consultado el 20 de abril de 2012.
- Fratlicelli, D. (2008) “La revista Barcelona y el humor local”, en *Revista LIS. Letra Imagen Sonido*. Ciudad Mediatizada, Año 1, N° 2, Facultad de Ciencias Sociales-UBA. Disponible en <http://semioticafernandez.com.ar/wp-content/uploads/2010/12/10-LIS2-RevistaBarcelona-DF.pdf>.
- Goffman, E. (2001) *La presentación de las personas en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu. 1959.
- González, H. (2011) *Kirchnerismo: una controversia cultural*. Buenos Aires: Colihue.
- Iñiguez Rueda, L. (2003) *Análisis del Discurso. Manual para las Ciencias Sociales*. Barcelona: UOC.
- López Winne, H. (2010) *Lo cómico, la risa, la crítica. La parodia como ejercicio crítico en la revista Barcelona*. Buenos Aires: Godot Argentina.
- Narvaja de Arnoux, E. (2006) *Análisis del discurso. Modos de abordar material de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Van Dijk, T. (1980) *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T. (2000) *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2001) “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad”, en Wodak, R. y Meyer, M. (comp.) *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2003) *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Ariel.