



Image and discourse: constructing meaning in the covers of the magazines *semana* and *cambio*

This work tries to emphasize the factual enunciation that all images stand up as social facts in themselves in an effort to repeal the dominant idea that texts are the only vehicle for logical speech. In order to do so, Content Analysis and the Pragmatics of Image are applied to the covers of *Cambio* and *Semana* (1998-2004), which are taken as enunciations or discourse events that in fact constitute specific types of sense production and collective imaginaries; despite their apparent testimonial interest, these do not really show the complexity of Colombian reality but rather cover it up through a non-disruptive rhetoric, by using daily images that stray away from conflict and create their own actors based on stereotypes.

Keywords: Content Analysis, Pragmatics, image, speech, imaginaries.

Submission date: september 17 th 2006

Acceptance date: november 3 th 2006

Este trabajo busca destacar el enunciado efectivo que constituye la imagen como hecho social en sí misma, y trata de derogar la idea dominante según la cual el texto es el único vehículo del discurso lógico. Para ello, se aplica el análisis de contenido y la pragmática de la imagen sobre las portadas de las revistas *Cambio* y *Semana* (1998-2004), asumidos como enunciados o acontecimientos discursivos que constituyen modalidades específicas de producción de sentido y configuran imaginarios colectivos, que, pese a su aparente interés testimonial, no muestran la complejidad de la realidad colombiana, sino que la encubren mediante una retórica no perturbadora, al hacer uso de imágenes cotidianas, alejándose del conflicto y construyendo a sus actores a partir de estereotipos.

Palabras clave: análisis de contenido, pragmática, imagen, imaginarios, discurso.

Recepción: 17 de septiembre de 2006

Aceptación: 6 de noviembre de 2006

Origen del artículo

Este artículo es resultado de la investigación titulada "Estética del espacio inmersivo", realizada por el grupo de investigación 'Estética de las Nuevas Tecnologías', del Departamento de Estética de la Pontificia Universidad Javeriana. Este grupo está clasificado en la categoría A en Colciencias.

Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas *Semana* y *Cambio*, 1998-2004



La particularidad más patente del mensaje fotográfico es que se considera el único mensaje sin código, pues no hay intermediarios entre el objeto y su imagen, lo cual hace pensar comúnmente que se trata de una 'representación' analógica perfecta. A diferencia de las artes imitativas –como el dibujo o la pintura–, pareciera que la imagen fotográfica no contuviera ese doble mensaje que caracteriza a aquellas: una parte denotativa –equivalencia o 'analogón'– y otra connotativa –que es la opinión que subyace al mensaje.

.....

* Tatiana Rodríguez Maldonado Polítoóloga de la Universidad Nacional. Asistente de investigación en la Fundación José Ortega y Gasset. Correo electrónico: tatianarmaldonado@gmail.com



Esa característica hace que la imagen fotográfica sea comúnmente asumida como un ‘reflejo’ de la realidad, neutra, verosímil y objetiva. Sin embargo, es innegable la presencia de connotación o imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico, que puede tener lugar en diversos niveles de producción de la fotografía, tanto en la composición y producción física —a través del encuadre, enfoque, retoque, etc.— como en la acomodación y uso en un contexto específico con

unos propósitos, lo que la convierte en un acto social.

La imagen es capaz de hablar por sí misma, lo cual hace que todo acto fotográfico sea una construcción social compleja, por cuanto refleja y transforma, informa y comunica, enuncia y oculta; es decir, está en capacidad de moldear y transformar el discurso e instituirse como un poder por sí misma. La imagen, como modo de representación, entabla una relación con la realidad y se constituye en un elemento de construcción de sentido individual y colectivo, que generaliza y diferencia, por lo cual es un acto cognitivo.

Los periodistas conocen y aprovechan la credibilidad de la imagen, los publicistas no dudan de su poder y los artistas viven de ella y a través de ésta, pero por fuera de esas disciplinas, la academia en raras ocasiones la ve como un objeto digno de estudio, con posibilidades mucho más allá de lo estético o lo testimonial, sino más bien como un atavío que soporta y autentifica las afirmaciones de la ‘palabra’. Esa idea dominante de que el texto escrito es el portador del conocimiento es la diana a la que le apunta este trabajo, para hacer que la imagen se considere un enunciado que no se limita a ser un producto y un medio, sino que “es también un objeto dotado de autonomía estructural” (Barthes, 1995, p. 12).

No se trata de que la imagen nunca sea tomada en cuenta como objeto de estudio, sino de que en los escasos momentos en que llega a serlo, las técnicas de estudio apenas si difieren de las usadas con el texto escrito. Concretamente, desde la ciencia política los análisis de medios se realizan pasando por alto las posibilidades epistemológicas de la imagen, pues ya

que no representa una prioridad, no se buscan herramientas metodológicas para estudiarla; de hecho, casi no se tiene noticia de su existencia.

Por eso y con base en la interdisciplinariedad por antonomasia de ese campo del saber, se dirigieron los esfuerzos a desarrollar ese rasgo, a sobrepasar la declaración de apertura y enlace, para realizar una incursión práctica en otros campos del conocimiento, y tomar como punto de partida un cambio atrevido en las tradicionales y fuertemente arraigadas fuentes de estudio. Por lo general, se prefiere analizar los grandes acontecimientos y se da por sentado que éstos se encuentran registrados en las secciones de política o economía de la prensa, en las notas editoriales o en las columnas de opinión, así que la propuesta se hace más interesante al tratarse del análisis de unidades que parecen tan inocuas como las portadas de dos revistas: *Semana* y *Cambio*.

No es común que se considere factible desenrañar un discurso en las publicaciones a través de una mirada a sus carátulas y, menos aún, que se esclarezca una relación entre ellas. Sin embargo, en la tarea de comprender la complejidad que nos rodea, es necesario no dejar pasar los hechos que, aunque a primera vista pueden parecer menores, dan pie a miradas amplísimas, si son entendidos no como incidentes aislados, sino como hechos contextualmente encadenados a partir de los cuales es posible establecer relaciones (Foucault, 1983).

Al preferir para la investigación una metodología común, tanto en la ciencia política como en los estudios de comunicación —el análisis de contenido—, se encontró precisamente la dicotomía texto-imagen que se pretende derogar, pues aunque se declara capaz de analizar datos simbólicos, como es el caso del material iconográfico o sonoro, también afirma que a esos insumos “es posible aplicarles las distinciones que efectuamos a propósito de la prensa escrita” (Duverger, 1972, p. 144). Es en este punto donde se hace indispensable una metodología complementaria y específica, a saber: la pragmática de la imagen, también conocida como iconología (Baeza, 2001, p. 162).

Su pertinencia, sin embargo, no se debe únicamente a que da herramientas particulares para el estudio de la imagen, sino a su acertada interpretación de ésta como un hecho social por sí misma y no solamente como un mensaje. Adicionalmente, ambas metodologías coinciden en privilegiar el análisis de los enunciados —visuales o verbales— con base en el

contexto que permite su aparición, pues sin dejar de lado la sintaxis ni la semiótica, consideran que es vital ver la imagen “dentro de un proceso subsumido y circunscrito socialmente, y nunca en situaciones de aislamiento social” (Pericot, 2002, p. 16).

El artículo, entonces, muestra que las portadas de las revistas *Cambio* y *Semana* –desde agosto de 1998 hasta agosto de 2004–, como enunciados o acontecimientos discursivos, constituyen modalidades específicas de producción de sentido y configuran imaginarios colectivos que, a pesar de su aparente interés testimonial, no muestran la complejidad de la realidad colombiana, sino que la encubren mediante una retórica no perturbadora. Para sustentarlo, el análisis establece elementos dentro de la imagen que, en interacción con el contexto, introducen un cierto número de consignas de lectura y, por consiguiente, de interpretación; al tiempo indaga, siguiendo a Foucault, si los acontecimientos discursivos dispersos, que constituyen los enunciados gráficos de las portadas de *Semana* y *Cambio*, en el espacio de tiempo escogido, forman unidades o series que permiten explicar su emergencia y comprender un período político del país.

Análisis de contenido: de las categorías a las inferencias

En un sentido tradicional, el análisis de contenido es un procedimiento cuantitativo de investigación que sirve para describir, objetiva y sistemáticamente, el contenido manifiesto de una comunicación, pues se asume que el significado simbólico de los mensajes está neutralmente en ellos. Con su desarrollo contemporáneo, parece más conveniente definir esta metodología como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990, p. 28). El cambio no es inocuo, en absoluto, pues en lugar de sostener la existencia de un contenido único y latente en los mensajes, que puede ser simplemente extraído y cuantificado, se afirma que éste no constituye una cualidad objetiva o absoluta de las comunicaciones.

Por eso las ‘inferencias’, razonamientos lógicos expresados a partir de datos verbales, simbólicos o comunicativos (Krippendorff, 1990), no pueden desprenderse del contexto, porque la particular naturaleza de los mensajes hace que su sentido dependa en gran medida de las relaciones estables dentro de un sistema, que son precisamente lo que se pretende conceptualizar.

El ‘contexto’, a diferencia de los datos, depende en gran medida del investigador, quien debe delimitarlo o construirlo con la premisa de incluir todas las condiciones circundantes, antecedentes, coexistentes o consecuentes, de acuerdo con la disciplina desde la cual esté observando un fenómeno. Se trata, de todos modos, de una demarcación arbitraria, pero cuya utilidad para la investigación es indiscutible, pues aclara los límites epistemológicos de la investigación y separa lo que es pertinente y lo que no, en cada caso.

Los datos de esta investigación, cuya determinación es el primer paso en un análisis de contenido, son las 644 portadas que fueron publicadas por las dos revistas escogidas desde agosto de 1998 hasta agosto de 2004 –334 de *Semana* y 310 de *Cambio*–, las cuales se registraron mediante fotografía digital. Con base en ellas fueron determinadas las unidades, al seleccionar solamente aquellas carátulas que aludían –gráfica o verbalmente– a quienes ocuparon la presidencia de Colombia durante el período escogido o al conflicto interno armado en el país.

Según Maurice Duverger (1972), las unidades en las que se dividen los datos deben ser clasificadas en ‘categorías’ establecidas que dependen de la investigación que se esté realizando y de la hipótesis planteada, y cuya determinación puede responder a los temas, a la forma como éstos se tratan, a la intensidad del efecto producido por la comunicación estudiada, a los procedimientos retóricos, a los valores expresados o defendidos, al estatuto personal o rasgos de carácter de los personajes a quienes se refieren los documentos, etc.

Se decidió, entonces, hacer un análisis temático que comenzó por el establecimiento de 24 materias dentro de las dos principales –presidentes y conflicto–, que se trabajó a partir de una ‘lista abierta’; es decir, se agregaron descriptores a medida que nuevos temas iban apareciendo en el análisis, así como suprimirlos o fusionarlos cuando fue posible agrupar dos o más temas bajo una misma categoría.

Para analizar la información se diseñó una serie



de matrices, la primera de las cuales fue creada para introducir la información correspondiente a lo que se denominó “bases verbales” o “gramaticales” –literalmente todos los vocablos o frases que fueron titulares y comentarios de las ediciones objeto de análisis–, con tal de establecer cuáles fueron los temas y los actores más recurrentes en las revistas *Cambio* y *Semana*, y así saber cuáles, en materia política, son tratados prioritariamente en ambas publicaciones (Matriz 1).

Como se observa en el ejemplo anterior, no se limitó el número de temas que podían corresponder a una edición, ya que así como las publicaciones pueden dedicar su portada a una materia concreta, lo más común es que hagan mención a varias al tiempo. De allí que el resultado absoluto por temas sea superior al número de portadas seleccionadas para esta labor. La distribución resultante entre los temas que trataron las portadas entre 1998 y 2004 es la siguiente (Gráfico 1):

MATRIZ 1.
Bases verbales o gramaticales de la revista Cambio – 132 ediciones

Núm. Y fecha de edición	Titular y comentario	Tema	Referencias verbales a actores, acciones o hechos										
			1	2	3	4	5	6	7	8	9		
275 Septiembre 21 al 29 de 1998	<i>Colombia califica al presidente</i> Primera gran encuesta sobre la gestión del gobierno de Andrés Pastrana.	Balance del gobierno				4.I					G		
325 Septiembre 6 al 13 de 1999	<i>'Jojoy' muerde el polvo</i> Las cinco derrotas propinadas por el Ejército a los frentes del 'Mono Jojoy' este año obligan a replantear la premisa de que la guerra no se puede ganar.	Capacidad de las Fuerzas Armadas, conflicto armado	I.I					B H					

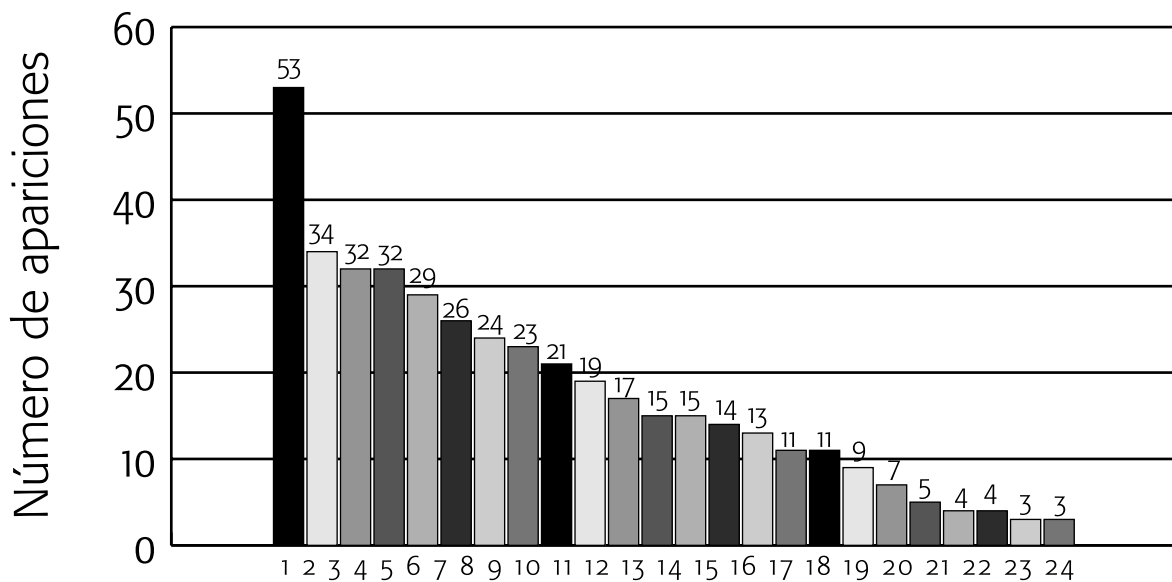


GRÁFICO 1.

Temas que trataron las portadas entre 1998 y 2004

Temas		
A	B	C
1	Conflicto armado	53
2	Crisis político-militar	34
3	Acciones criminales	32
4	Política de seguridad	32
5	Opinión	29
6	Elecciones	26
7	Relaciones internacionales	24
8	Crónica, reportaje	23
9	Crisis de negociaciones	21
10	Política nacional	19
11	Procesos de paz	17
12	Cambio de, o en el gobierno	15

A	B	C
13	Economía	15
14	Acciones militares exitosas	14
15	Corrupción o escándalo	13
16	Acciones de paz	11
17	Secuestro	11
18	Oposición política	9
19	Participación civil	7
20	Errores militares	5
21	Reelección presidencial	4
22	Rompimiento de diálogos	4
23	Paz como situación deseada	3
24	Sistema político colombiano	3

A: posición del tema; B: tema; C: número de alusiones.

Algunos de estos resultados eran muy predecibles, pues era de suponer, por ejemplo, que el conflicto armado tuviera prelación frente a otras cuestiones de la política nacional. Cabe destacar, no obstante, que el porcentaje de atención de ese tema predominante es bastante alto en comparación con todos los demás, al tener un 12% del total, 4 puntos porcentuales más que el tema que le sigue, las crisis político-militares.

Uno de los puntos sobresalientes es que los procesos de paz que han llevado a cabo tanto la administración Pastrana como la Uribe tienen un porcentaje de atención más bajo de lo que podría esperarse, máxime si se tiene en cuenta que han sido puntos centrales de la política colombiana, especialmente durante el período estudiado. Es necesario observar que, incluso, tiene prelación la crisis de tales procesos —con 21 apariciones—, que su propio desarrollo —en el undécimo puesto, con 17 menciones.

De hecho, si para el análisis se separan esos 24 temas básicos en tres grupos, se podrá observar que la suma del número de menciones de los temas relacionados con la paz —los procesos, las acciones pacíficas tanto civiles como de los grupos armados y la paz como escenario futuro deseado— apenas alcanza un 7,4% de la atención, mientras que los temas que podrían agruparse bajo la categoría de crisis y guerra —conflicto armado, acciones violentas o criminales, secuestro, acciones militares exitosas o no, etc.— arrasan con un 51,8%. El 39,5% del tercer grupo, que se podría

denominar de política nacional en general —sistema político colombiano, escándalos por corrupción, opinión, elecciones, etc.—, también supera por mucho los temas relacionados con la paz.

Ya que las administraciones de Andrés Pastrana y Álvaro Uribe se califican como los gobiernos de la paz y de la guerra, respectivamente, los datos obtenidos podrían sugerir la existencia de una mayor atención al tema del conflicto por la llegada de Uribe al poder, que pudo haber opacado los registros porcentuales que dejaron, en su momento, las negociaciones con la guerrilla que llevó a cabo el ex presidente Pastrana. Del mismo modo, los diálogos de Uribe con los paramilitares comenzaron a desarrollarse hacia el final del período de estudio, de modo que no deberían tener tanta fuerza en estos resultados.

Para solucionar estos interrogantes, sobrepasar el ejercicio enumerativo y analizar con más profundidad esos datos, se optó por dividir los resultados de las bases verbales en dos grupos, correspondientes a los dos períodos presidenciales. Es conveniente anotar que, en todo caso, no es válido comparar directamente los resultados absolutos de los temas en ambos mandatos observando el número total de alusiones, ya que las unidades analizadas no corresponden en igual porcentaje de tiempo a ambas administraciones. Recuérdese que la muestra abarca todo el gobierno Pastrana y solamente la mitad del período presidencial de Uribe, por lo cual decir que, por ejemplo, las acciones criminales

sólo aparecieron la mitad de veces durante el mandato Uribe sería falsear los resultados, pues es factible que la cifra resulte muy parecida al finalizar el 2006. Entonces, lo que se hace es determinar el lugar que ocupa cada tema en cada uno de los períodos presidenciales y luego comparar esos resultados (Gráficos 2 y 3).¹

GRÁFICO 2. Temas en el gobierno de Pastrana

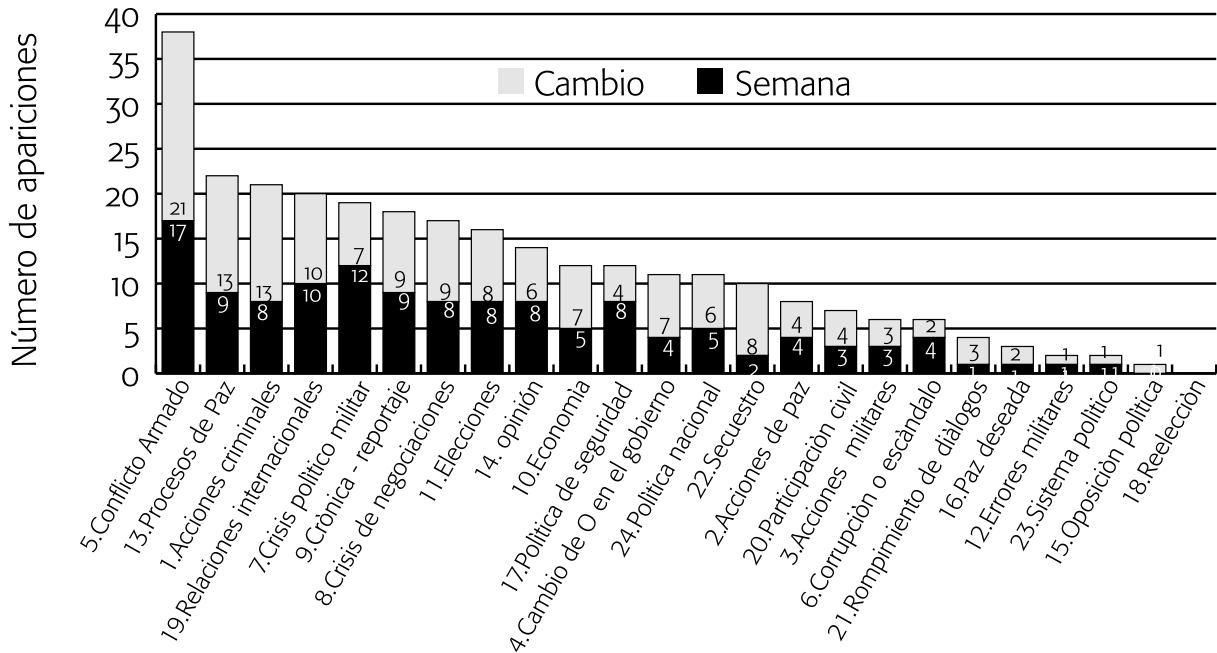
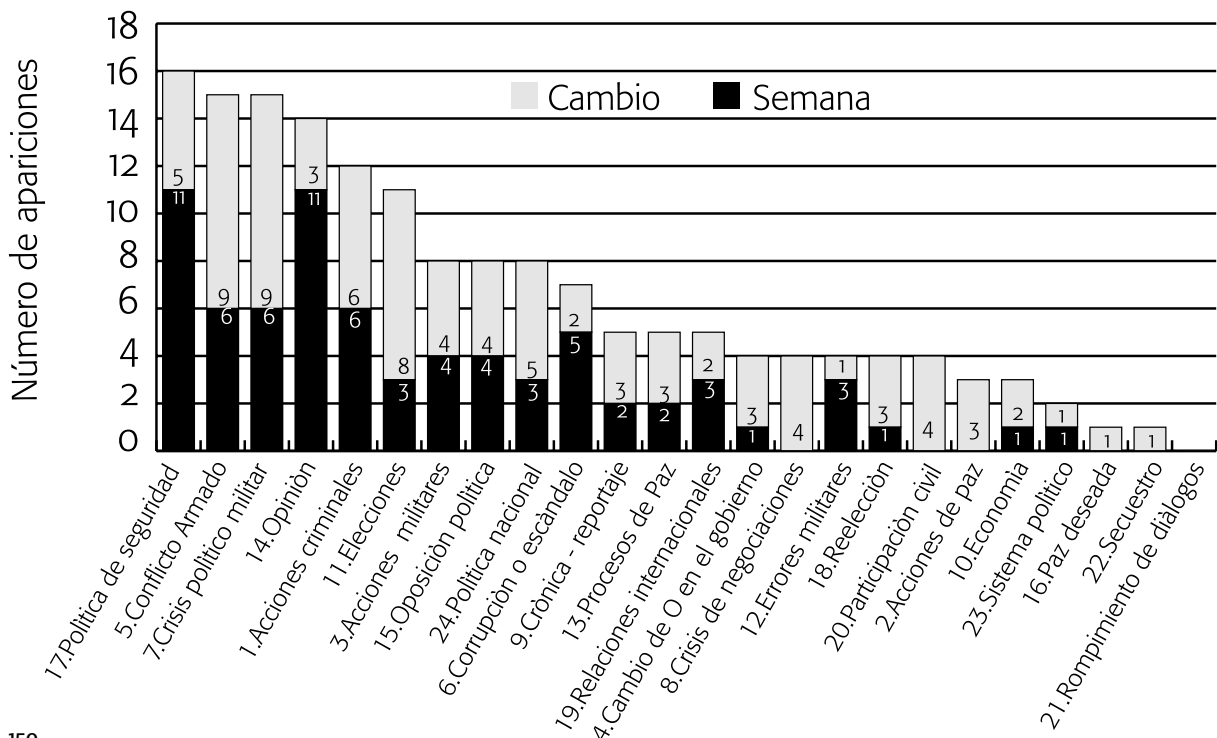


GRÁFICO 3. Temas en el gobierno de Uribe



Esta prueba muestra importantes diferencias en el tratamiento temático en ambos períodos, de las cuales la más destacable es que, a diferencia de lo que podría pensarse en un primer momento, el tema ‘conflicto armado’ tiene mayor número de apariciones durante el gobierno de Pastrana, etapa en la que ocupa el primer lugar de atención, y no así durante el gobierno de la mano dura de Uribe. De todas maneras, el tema de la guerra sí predomina durante el mandato Uribe, pero con la diferencia de que las temáticas que aumentan ese porcentaje son la política de seguridad y las acciones militares exitosas, en lugar de las acciones criminales, el conflicto o las crisis de las negociaciones, que disminuyen notablemente su participación en el cálculo temático del segundo período. El secuestro, por ejemplo, baja diez puestos con respecto a la administración de Pastrana, al pasar del lugar número 14 al penúltimo en el mandato de Uribe.

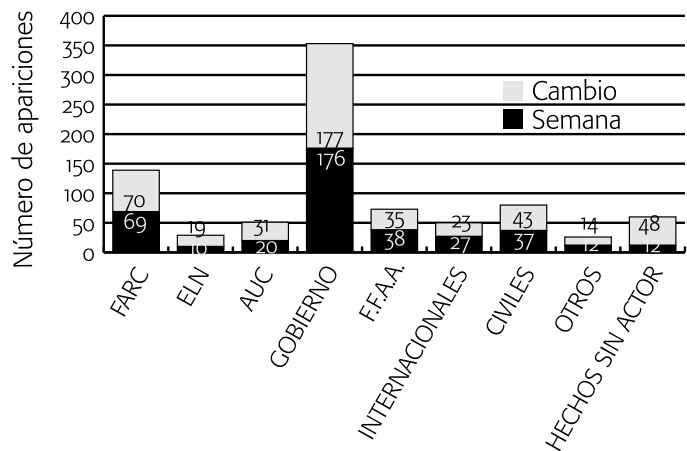
Las negociaciones de paz son precisamente el tema que más cambia su porcentaje de aparición con la división del período estudiado, al alcanzar un segundo lugar en la administración de Pastrana, cuando ocupaba el lugar undécimo en el conteo general de toda la etapa. El resto de temas, principalmente los que se han denominado de política nacional en general, no varían significativamente en su ubicación en la tabla de frecuencias temáticas entre los dos presidentes, con excepción del denominado ‘opinión’, que pasa del noveno lugar, en la administración de Pastrana, al cuarto, en el mandato de Uribe, y cuyo aumento se debe en gran medida al incremento en el número de ‘balances del gobierno’.

La Matriz 1 tiene una segunda parte que se refiere a la aparición de organizaciones o personajes –denominados actores– en las portadas estudiadas, así como los temas con los que se relaciona cada uno de ellos, para lo cual se determinaron ocho actores y varias series de temas que son recurrentes cuando se alude a ellos. Con un sistema de números y letras, se pudo obtener la cifra de frecuencia de aparición por actor, así como la de los hechos que se presentan como más cercanos a cada una de las organizaciones y personajes, con el fin de comprender qué se espera de ellos, qué se les exige y cómo son entendidos por cada publicación.

Pese a que en la determinación de categorías y en la clasificación de las bases verbales no se usaron propiamente técnicas de análisis semántico que expusieran las expresiones favorables o desfavorables a la

solución política o violenta del conflicto en Colombia, a la aprobación o desaprobación de las acciones de un actor, etc., ese efecto puede observarse a partir de la relación prioritaria de un actor con ciertos temas. Por ejemplo, se presume que las acciones violentas son reprobadas, mientras que la participación o manifestaciones pacíficas son acogidas con benevolencia. Eso explicaría la presencia apabullante del gobierno que, con todos los demás actores que se podrían considerar no violentos, de acuerdo con el tipo de acciones con las que se relacionan –víctimas, cooperantes o actores políticos no armados–, obtiene un 74,8% de la atención noticiosa de las publicaciones, sobre un 25,2% de los actores violentos (Gráfico 4).

GRÁFICO 4.
Frecuencia de la aparición de los actores



Dentro del segundo grupo de actores –violentos–, se encuentran diferencias interesantes, pues las Fuerzas Armadas, a pesar de estar en la legalidad, son una institución que también usa la violencia como método, por definición. Sin embargo, sus acciones no se relacionan con hechos violentos a menos de que se trate de acciones exitosas. Su relación predominante es con el gobierno –conflictiva en gran parte de los casos, especialmente durante el mandato de Pastrana–, y no con las acciones bélicas donde tiene parte, de las cuales se encuentra alejado hasta cuando periódicamente se destapa un escándalo.

.....

1. Por ejemplo, el tema opinión aparece igual cantidad de veces en ambos períodos; sin embargo, para el período de Pastrana el tema ocupa el noveno lugar, mientras que para el período de Uribe, la misma cantidad de apariciones, ocupa el cuarto lugar.

En cuanto a los otros actores armados, es notoria la presencia mayoritaria de la guerrilla y, dentro de ella, de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), pues el Ejército de Liberación Nacional (ELN) apenas está registrado 29 veces sobre 834 alusiones en las dos revistas. La guerrilla liderada por Manuel Marulanda Vélez también tiene un porcentaje mucho mayor de atención que las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC): 139 contra 51.

No obstante, tal vez la observación más importante con respecto a la relación entre actores y acciones es que predominan las noticias cuyo componente central es un personaje, las cuales logran preferencia sobre la información alusiva a organizaciones propiamente dichas o a situaciones específicas. Precisamente, a través de personajes se construye el panorama de conflicto en el país, pues siempre son más las menciones a actores individuales dentro de los grupos que a éstos como colectividades; incluso las alusiones a personajes superan la frecuencia de relaciones con hechos concretos. Esta situación llega al paroxismo en el caso de actores políticos como oposición, partidos políticos o personajes políticos por fuera del gobierno, pues solamente son mencionados a partir de su relación con otros actores, sin ubicarlos en el panorama nacional a través de ninguna acción.

En todo caso, la limitación más evidente en la aplicación del análisis de contenido en esta investigación radica en que es imposible determinar si las menciones a un actor o a una acción son descriptivas o interpretativas, por lo cual no brindan mayor utilidad para formular el significado global de la información. En este punto el ejercicio pragmático se hace más útil, pues posibilita el escrutinio detallado de las convenciones que contribuyen en la formación de una iconografía del conflicto que se acepta como su modo social de representación.

La pragmática de la imagen

Como se presentó anteriormente, una de las grandes coincidencias entre el análisis de contenido —en su desarrollo contemporáneo— y la pragmática de la imagen es el énfasis en la necesidad de ver el acto comunicativo, cualquiera que éste sea, como un fenómeno situacional. Específicamente, la propuesta de la pragmática es no centrar el análisis en la estructura de la imagen y su significado, bajo la presunción de que existe un lenguaje formal que la sistematiza,



sino en los ‘usos’ generales que se hacen de ella en un determinado contexto, entendido como un “conjunto de códigos y reglas de funcionamiento de los textos en forma de enciclopedia de los que se valen tanto los emisores como los destinatarios en la comunicación” (Vilches, 1987, p. 104) y que inducen cierto tipo de interpretaciones (Pericot, 2002, p. 17).

La pragmática pretende estudiar la relación entre los signos y sus usuarios en las circunstancias específicas donde se emplea un mensaje, lo que incluye tanto el espacio donde se origina como donde se aplica y los efectos que produce en determinado ámbito comportamental. De allí que no sea posible entender el discurso audiovisual bajo la dicotomía de lo visual-verbal, sino como un acto pleno, un hecho unitario que, puesto en una “comunidad de sentido”, no puede ser supuesto, sin más, como una estructura, sino como un enunciado en una relación situacional.

Sobre dichos supuestos este método de análisis de imagen consiste en determinar los tres niveles de coherencia; es decir, “las relaciones internas entre los actos que conforman el discurso” (Pericot, 2002, p. 35), suspendiendo un proceso casi automático, para adecuar la percepción alrededor de tres aspectos fundamentales de la imagen, que corresponden a los tres niveles de coherencia: la sintaxis, la semiótica y el sentido.

La ‘coherencia lineal’ o ‘nivel preiconológico’ puede entenderse como lo meramente sintáctico y expresivo, es una significación casi primaria o natural donde se identifican formas puras, colores, objetos, seres humanos, así como posturas, gestos y atmósferas —prácticamente lo que Barthes llama el nivel denotativo.

En la ‘coherencia global’ o ‘nivel iconográfico’ todas las descripciones de la coherencia lineal “se





convierten para el lector en verdaderas ‘marcas’ de reconocimiento o huellas para seguir pistas de interpretación de los posibles significados del laberinto semántico de la imagen” (Vilches, 1987, p. 84). Ese contenido no es obvio, proviene de todo un bagaje de convenciones culturales que sirve como parámetro de interpretación en un momento histórico.

Finalmente, la ‘coherencia pragmática’ o ‘nivel iconológico’ corresponde a la significación intrínseca o sentido, que debe poner a la obra en contacto con los principios subyacentes, al manifestar la mentalidad de una época, una nación o clase social concretas, así como las creencias religiosas, filosóficas o políticas que constituyeron el contexto en el que la obra se origina. Según Barthes, este es el nivel connotativo, el más profundo de la significación, donde entra con fuerza el contexto.

De esta manera, tras haber aceptado el texto audiovisual como conjunto, estos tres niveles de coherencia segmentan esa unidad en un esfuerzo metodológico, para tratar de comprender que toda aparición e interpretación de un enunciado deviene hecho ideológico, lo cual hace del acto comunicativo mucho más que un enunciado. Así, emerge una situación real y compleja, máxime “si tenemos en cuenta que tras el acto, y sean cuáles sean sus efectos, la situación ya no será la misma y la nueva comportará otras condiciones para nuevos actos comunicativos” (Habermas, 1973, p. 45).

Aunque las 289 carátulas resultantes de la primera selección constituyen un número razonable de estudio a través del análisis de contenido, son una muestra demasiado grande para aplicar las herramientas de la pragmática, por lo cual se tomaron las 24 categorías establecidas y se distinguieron aquellas

que, aun cuando se refirieran al conflicto o a los presidentes, tuvieran relación con temas ajenos a la guerra en Colombia o a los actores directamente involucrados en ella. Como resultado de ese muestreo, se obtuvieron 110 portadas –49 de *Cambio* y 61 de *Semana*–, que constituyeron las unidades para esta segunda etapa de la investigación y que se denominaron “bases gráficas o no gramaticales”.

Se debe tener en cuenta que, aunque metodológicamente se ha separado la dupla texto-imagen para analizar sus respectivos componentes a través de dos técnicas diferentes, estos componentes fundamentales de todo mensaje fotográfico periodístico forman una unidad profunda, que no llega al espectador por separado, sino todo lo contrario. Por ello, en el análisis de imagen también se tuvo en cuenta la información verbal –que además también es percibida visualmente–, de modo que la pragmática permitió considerar globalmente las unidades estudiadas, y llegar a observaciones más completas sobre la comprensión colectiva del fenómeno del conflicto interno armado en Colombia.

Ya que el estudio se centra en la ordenación argumentativa de *Semana* y *Cambio* en torno al tema del conflicto armado en Colombia y busca encontrar regularidades en los modos de construcción de discurso político en las dos publicaciones, los resultados de la aplicación de la Matriz 2 no se sistematizaron en cuadros de resultados –como en el caso del análisis de contenido–, sino que se construyeron ‘series’ con las portadas, usando todas las que fueron escogidas; es decir, 289 y no 110.

Esto es una forma de validación del método aplicado con la que, además de ver qué tan particulares son los modos de presentación del conflicto con relación al tratamiento de otros temas políticos nacionales, se puede comprobar la capacidad de generalización que tienen las observaciones logradas por ambas metodologías, pues pone a prueba tanto las inferencias formuladas a partir de los resultados de frecuencias temáticas y relación entre actores y acciones del análisis de contenido, como las deducciones obtenidas con la pragmática.

La disposición de las series obedeció al criterio fundamental de establecer las estrategias narrativas privilegiadas por las publicaciones, entre las cuales la más destacada es la preferencia por lo dicotómico frente a lo ambiguo y, segundo, la preeminencia de la presentación de actores, especialmente individuos, frente a hechos.



Dicotomía versus ambigüedad

La presentación dicotómica de los hechos como forma de simplificación de la noticia y, de este modo de la realidad, es la estrategia discursiva más evidente en las publicaciones examinadas. Es una división muy simple, que puede verse en la imagen y en la redacción de los titulares, en ambos casos configurando a los actores como parte de bandos diferenciados y opuestos.

En el primer caso, se trata de un recurso gráfico que divide verticalmente la portada en dos partes y ubica a un personaje en cada lado, para mostrar oposición entre ellos. Además de dar la impresión de que expresan opiniones encontradas, se genera una sensación de debate abierto y equitativo. Los personajes se ponen al mismo nivel: por lo general, sus fotografías tienen el mismo tamaño, formato y escala de colores; por eso, la dicotomía funciona como herramienta para mostrar variedad, inclusión y pluralidad de perspectivas (Serie 1).

SERIE 1:

Portadas dicotómicas desde lo gráfico



Sin embargo, hay casos donde, aunque aparezca un solo personaje o su ubicación no obedezca a la división inmaterial de la página en dos, la bipartición aparece a través del texto, que usa los recursos gráficos para resaltar aspectos de la imagen que son dicotómicos. Generalmente, los titulares de estas portadas son preguntas con dos opciones de respuesta o comparaciones entre dos elementos, como en los siguientes ejemplos (Serie 2).

SERIE 2.

Portadas dicotómicas desde lo textual



La importancia de este recurso es que su uso busca establecer un orden, brindar certezas bajo una apariencia de diversidad, mientras favorece una lectura lineal y tranquila, pues a pesar de que es el espectador quien tiene que resolver la dicotomía contestando la pregunta planteada, no se trata realmente de imágenes que den pie a que se haga preguntas. El interrogante da la impresión de abrir lugar para diversas interpretaciones, cuando el espacio está realmente copado por los razonamientos de quien lo formula y decide qué es lo que es importante observar y concluir; los actantes,² colores, tamaños y formas de las imágenes están absolutamente organizados, lo que evita que cualquier ambigüedad, enriquecedora para el lector, genere inferencias que salgan de los cálculos del mensaje propuesto.

En palabras de Vilches, lo que se zanja es un efecto distorsionador que pueda provocar ambigüedad de la lectura y potenciar “el interés del lector por un aspecto de contenido que escapa a la simple información” (Vilches, 1987, p. 81). El uso informativo de la dicotomía abraza un sentido simplificador de un país que quiere reducir la pluralidad a la bipolaridad, como una forma de rechazar lo diferente, lo ambiguo.

Los actores: el centro del discurso

La observación que surgió del análisis de contenido con respecto a la predominancia de actores sobre acciones se confirma cuando vemos que una de las regularidades más comunes en el tratamiento del tema del conflicto es la preponderancia tanto de actantes humanos como de primeros planos para mostrarlos. Estos planos hacen hincapié en lo expresivo, en lo cercano y no en una perspectiva amplia: así como la vista panorámica “añade un poder comparable a la ‘intelección” (Barthes, 2001, p. 62), las vistas conducen a una invitación a soslayar el acontecimiento. Mientras que la visión panorámica exige un desciframiento de las partes y permite la reconstrucción del evento, la visión predominante y repetida de lo cercano se relaciona más con un mundo perceptible, descifrado, reconocible a través de la intelección de otros. Un mundo que parece ya construido.

Para ejemplificar la conformación de las series de actores se mostrará solamente uno de ellos, las Fuerzas Armadas de Colombia, ya que son un actor cuya posición depende grandemente de su relación tanto con el gobierno de turno como con los actores armados por fuera de la legalidad; por lo tanto, su caracterización puede mostrar elementos de cómo se ven estos actores.

Fuerzas Armadas de Colombia

La naturaleza bélica de este actor lo deja en una posición más cómoda bajo la actual Política de Seguridad Democrática de Álvaro Uribe, en la cual adquieren, definitivamente, un mayor protagonismo. Fueron notorios los roces con Pastrana y la inconformidad por los diálogos con la guerrilla, aun cuando el Estado nunca se detuvo en su lucha militar (Serie 3).

.....

2. El concepto ‘actante’, que no pertenece exclusivamente al terreno de la comunicación visual, se refiere en este caso a todos los elementos visuales que forman parte de la narración, ya se trate de personas, animales o cosas que participan en el proceso comunicativo.

SERIE 3. Las Fuerzas Armadas en los gobiernos de Pastrana y de Uribe

<p>FF. AA. durante la administración de Pastrana</p>	
<p>FF. AA. durante la administración de Uribe</p>	

No obstante, la relación con el gobierno y con la opinión pública no resulta tan sencilla, pues la institución castrense es fuerte y continuamente cuestionada por escándalos de corrupción y por errores mediocrementemente explicados, en los que, por lo regular, se ven envueltas varias instituciones militares del Estado. Sin embargo, cuando no se presenta esta situación de susceptibilidad de las Fuerzas Armadas, su accionar se encuentra totalmente justificado y no hay lugar para cuestionamientos. El uso que hace de la violencia se entiende como una situación natural, lo que da lugar a un tratamiento gráfico muy particular: las imágenes de muerte y conflicto difieren sustancialmente cuando proviene de las Fuerzas Militares del Estado o cuando es causada por las guerrillas (Serie 4).

SERIE 4. Tratamiento gráfico de la violencia según el actor del que provenga



Fuerza aplicada por las FF. AA.	Violencia causada por grupos ilegales
<p>Necesaria y justa. Duelo tranquilo. De difícil control. Argumentada y justificada con declaraciones oficiales. Raramente las imágenes enseñan cadáveres o escenas de dolor, sino que se muestra a las víctimas cuando estaban vivas.</p>	<p>Injustificada y excesiva. Tragedia, llanto y dolor. Planeada de forma truculenta. Bombas, destrozos anónimos que nadie puede explicar. Se sugieren las víctimas, pues los cuerpos sin vida aparecen pero tapados; se ven sus dolientes y los heridos.</p>

Imaginario del **conflicto**

En primer lugar, se trata de un conflicto masculino, en el que el rostro de las mujeres raras veces aparece y, con preponderancia, lo hacen como víctimas. Las labores que se alejan de la beligerancia y se acercan a la conciliación, como el diálogo y el pacifismo, son actitudes fundamentalmente femeninas. Entonces, lo que se infiere es que negociar es una muestra de debilidad y pelear es señal de fortaleza, lo cual explicaría la incómoda situación de Pastrana y el hecho de que se lo considerara un ingenuo, crédulo e incapaz para el cargo que ocupaba.

En esa misma línea, lo concreto de las hostilidades en las que, por mucho dolor que pueda producirse, se adopta una actitud unívoca que brinda seguridad, se opone a lo ambiguo e incierto de una negociación. Mientras que la guerra deja huella y se puede palpar su realización, los diálogos son una situación etérea, indeterminada, sobre la cual nada hay totalmente seguro.

La capacidad de cuantificar los resultados permite que sea posible afirmar que el Estado está ganando la guerra desde que se puso a la ofensiva, pero la aparente notoriedad de las hostilidades resulta no ser tan incuestionable como se dice. Lo que vemos de ella no es tan distinto a lo que pudimos conocer de las conversaciones de paz, esto es, afirmaciones. Aunque de vez en cuando se dan golpes a la guerrilla con la captura de alguno de sus miembros, no vemos cómo se desenvuelven las acciones militares, sino que conocemos los logros a través de declaraciones oficiales. Lo palpable y concreto de la guerra se revela igualmente discursivo, como una operación lograda a través de un desbalance en la atención otorgada a cada actor, al privilegiar la exposición de ciertas facetas.

De esa manera, la guerra ha desaparecido paulatinamente del discurso visual en *Semana y Cambio*, aunque paradójicamente la deslegitimación de la salida negociada sólo representa el rechazo a un tipo de violencia o a un origen de ésta, pues el apoyo a Uribe significa un traspaso de la confianza en la palabra a la confianza en las armas, como método para conseguir el fin de la guerra. Esto implica la completa aceptación de la violencia en manos del Estado, de tal suerte que las víctimas del conflicto no tienen el mismo peso en todos los casos: son mártires o sacrificios necesarios cuando caen por balas amigas, mientras que se asumen como crueles y despiadados asesinatos si son cometidos por “los malos”.

Imagen y **discurso**

No existe un discurso por fuera de la imagen, pero ésta por sí sola tampoco configura sentido. Texto e imagen son dos elementos cuyo poder depende profundamente de su interrelación, así como de una larga lista de factores materiales e inmateriales que les dan vida, como su soporte físico, su relación gráfica, la credibilidad y difusión de la publicación en la que se encuentra un mensaje, la época histórica, etc.

De igual forma, aunque la fotografía o la imagen pueden no ser testimonio fiel de una realidad concreta, entendida en términos de espacio tiempo retratado neutralmente, sí es testigo que no miente con respecto al pensamiento de una época o de una forma específica de ver y comprender el mundo. En este orden de ideas, también hay que recalcar que los medios no son entes todopoderosos que transmiten ideas falsas sobre una realidad, sino vehículos de información discursiva con una fuente y un propósito específicos, que no ocultan verdades que de otra forma serían evidentes.

Los discursos están frente a nosotros, aún más, están dentro de nosotros, en ocasiones tan arraigados que no podemos admitir el peso que tienen en nuestra propia configuración como individuos, y nos acostumbramos tan profundamente a ellos que no estamos dispuestos a renunciar a la seguridad que nos brindan. Como enunciatarios estamos en capacidad de comprender e interpretar un mensaje dado, ya que pese, por ejemplo, a nuestras limitaciones individuales de conocimiento, los imaginarios que éstos nos transmiten son expresión sistémica de un ambiente específico, que nosotros también configuramos.

“No alarms and no surprises”:
retórica **no perturbadora**

Esa capacidad que todos poseemos para leer e interpretar la intencionalidad de las comunicaciones no anula, sin embargo, la altísima probabilidad de que aceptemos los mundos posibles que nos proponen los discursos como verdades, y que éstos se constituyan en los principales pilotes de nuestra realidad. Por eso en el discurso político dominante, los actores involucrados en el conflicto interno armado en Colombia tienden a desaparecer y a llevarse consigo la existencia misma del fenómeno, pues da la impresión de que, al ausentarse del lenguaje cotidiano, el conflicto se extingue también de la realidad.

En ese orden de ideas, las afirmaciones con respecto al poco impacto que generan las portadas permiten inferir, efectivamente, una retórica no perturbadora en las publicaciones, porque aun cuando con cierta frecuencia se muestren fotografías relativamente fuertes, se trata de imágenes comunes que hacen parte de un discurso y un sentido cotidiano frente al cual no experimentamos ninguna sorpresa. Esta retórica que anestesia el impacto del conflicto se constituye en un modo de no decir, de mostrar lo supermostrado para ocultar, de repetir un mismo discurso mediante la modificación de unos pocos elementos, para dar la impresión de complejidad.

Se comprobó la preeminencia que tiene la presentación de personajes y el uso de planos expresivos (primeros planos y planos medios) para mostrarlos, lo cual refleja una preferencia por las representaciones emotivas, en oposición a las perspectivas analíticas e interpretativas, lo que se hace propicio para el surgimiento y adopción de figuras mesiánicas. Esto, aunado a una estrategia comunicativa no ambigua y, por el contrario, segura y tranquilizadora, le da características pedagógicas al discurso periodístico, que le muestra al lector el camino que debe seguir y le enseña una forma de juzgar el fenómeno.

Lo que se genera en torno a los actores del conflicto es una situación de supresión de representaciones, cuya principal consecuencia es el desconocimiento de lo diferente y, por tanto, de nosotros mismos, pues poner el lugar del otro es también establecer el propio: las identidades no surgen de la nada sino que dependen profundamente de un contexto y de todos los elementos que lo componen, esto es, de los individuos, las situaciones y las propiedades que lo caracterizan,

tanto como de las representaciones que se conforman a partir de todo ello.

Lo cierto es que no quedan opciones de negociación, ni dentro ni fuera del conflicto armado si lo que queremos es que no haya lugar para *el otro*, a menos de que se niegue a sí mismo pensando y actuando como nos parece correcto. Y no habrá más espacio para el diálogo si insistimos en “convertirlos” primero a nuestro modo de pensar y luego hablar con ellos... Cuando no haya nada que transar.

En cualquier caso, nuestra realidad se forma siempre a través de imágenes, entendidas no como retratos materiales de una persona, lugar o situación, sino como representaciones de éstas, que son siempre puntos de vista, conjeturas e ideas y no explicaciones definitivas o absolutamente comprensivas. Lo que sugiero es que esas imágenes que conforman nuestra realidad sean lo más complejas posibles, que generen preguntas constantemente, que den pie al desarrollo de imaginarios ricos en elementos para ser interpretados, en lugar de respuestas simples que nos hagan sentir seguros y únicamente reproduzcan las nociones ya enraizadas en los discursos, pues el propósito de esta investigación no era encontrar una realidad oculta y manipulada, sino detenerme en la observación de la manera como se configura la realidad que vivimos.



Referencias

- Baeza, P. (2001), *Por una función crítica de la fotografía de prensa*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Barthes, R. (1995), *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Barcelona, Paidós.
- (2001), *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*, Barcelona, Paidós.
- Berelson, B. (1952), *Análisis de contenido en investigación sobre comunicación*, Nueva York, Free Press.
- Cacua Prada, A. (1985), *Historia del periodismo en Colombia*, Bogotá, s. e.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2005a), *Certificado de existencia y representación legal. Abrenuncio S. A.*, Bogotá, CCB.
- (2005b), *Certificado de existencia y representación legal. Publicaciones Semana S. A.* Bogotá, CCB.
- (2005c), *Registro mercantil. Abrenuncio S. A.*, Bogotá, CCB.
- (2005d), *Registro mercantil. Editorial Caribe S. A.*, Bogotá, CCB.
- Cardoso Manrique, A. C. y González Mejía, S. (1991), *Publicidad institucional y crisis social. Modelo interpretativo de comunicación de los mensajes televisivos* [trabajo de grado], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Psicología.
- Colle, R. (2004), “La dimensión fáctica del discurso y su evaluación” [en línea], disponible en: http://www.puc.cl/curso_dist/conocer/analcon/evfact.html, recuperado: 20 de mayo de 2004.
- Dondis, D. A. (1990), *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Dubois, P. (1986), *El acto fotográfico*, Barcelona, Paidós.
- Duverger, M. (1972), *Métodos de las ciencias sociales*, 6.^a ed., Barcelona, Ariel.
- Foucault, M. (1983), *La arqueología del saber*, 9.^a ed., México, Siglo XXI.
- Goyes, J. C. (2004), “Horizontes de la comunicación visual contemporánea” [en línea], disponible en: http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/com_visu.html, recuperado: 10 de abril de 2004.
- Habermas, J. (1973), *Teoría y práctica*, Boston: Beacon Press.
- Jenks, C. (2004), “La centralidad del ojo en la cultura occidental”, en *Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación* [en línea], disponible en: http://www.educ.ar/educar/superior/biblioteca_digital/verdocbiblio1.jsp?url=S_BD_ANUARIOS/UNR014.PDF&Padre=, recuperado: 15 de junio de 2004.
- Krippendorff, K. (1990), *Metodología de análisis de contenido*, Barcelona, Paidós.
- Lara Salive, P. (1999, 28 de diciembre-4 de enero), “Hasta pronto” [Carta al lector], en *Cambio*, núms. 289-290, p. 3.
- Marqués Graells, P. (2005), “La alfabetización audiovisual. Introducción al lenguaje audiovisual” [en línea], disponible en: <http://dewey.uab.es/pmarques/alfaaudi.htm>, recuperado: 9 de octubre de 2005.
- Mosca, J. (Fernando Garavito), (1998, 28 de diciembre-10 de enero), “Entrevista a Patricia Lara”, en *Cambio*, núms. 289-290, pp. 35-37.
- Pericot, J. (2002), *Mostrar para decir. La imagen en contexto*, Barcelona, Aldea Global.
- Publicaciones Semana S. A. (2005a), “Acerca de Publicaciones Semana” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 25 de octubre de 2005.
- (2005b), “Historia” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 25 de octubre de 2005.
- Restrepo Vélez, D. (1993, 14 de junio), “Aquí estamos” [Carta del director], en *Cambio 16*, núm. 1, p. 3.
- Semana* (1946, 28 de octubre), “Al lector” [editorial], núm. 1, p. 3.
- (1982, 11 de mayo), “Al lector” [editorial], núm. 1, p. 3.
- (2004, 4 de octubre), “La guerra y la verdad”, núm. 588, pp. 30-31.
- Stigneev, V. (2002), “El texto en el espacio fotográfico”, en Yates, S. (edit.), *Poéticas del espacio*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Vilches, L. (1987), *Teoría de la imagen periodística*, Barcelona: Paidós.
- Vygotski, L. et al. (1985), *Pensamiento y lenguaje*, Buenos Aires, La Pléyade.