

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

PROGRAMA DE LINGÜÍSTICA Y LITERATURA

EVALUACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

ESTUDIANTE:

IDALGE MELISSA SOSSA JACOME

TÍTULO:

REPRESENTACIONES SEMIÓTICAS DE LOS
SECTORES POPULARES EN PORTADAS DE *Q'HUBO*
(CARTAGENA): ANÁLISIS CRÍTICO DISCURSIVO

CALIFICACIÓN
APROBADO

ÁLVARO SALADÉN ROA

Asesor

JUAN CARLOS URANGOS

Jurado

**REPRESENTACIONES SEMIÓTICAS DE LOS SECTORES POPULARES EN
PORTADAS DE *Q'HUBO* (CARTAGENA): ANÁLISIS CRÍTICO DISCURSIVO**

IDALGE MELISSA SOSSA JÁCOME

**Trabajo de grado presentado para optar al título de
PROFESIONAL EN LINGÜÍSTICA Y LITERATURA**

Asesor

ÁLVARO SALADÉN ROA

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.**

2011

**REPRESENTACIONES SEMIÓTICAS DE LOS SECTORES POPULARES EN
PORTADAS DE *Q'HUBO* (CARTAGENA): ANÁLISIS CRÍTICO DISCURSIVO**

IDALGE MELISSA SOSSA JÁCOME

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.**

2011

Representaciones semióticas de los sectores populares en
portadas de *Q'hubo* (Cartagena): análisis crítico discursivo

Idalge Melissa Sossa Jácome

Universidad de Cartagena

Dedicatoria

A Dios todo poderoso, Al alma de mi madre (Q. E. P. D.) a mi esposo y mis hermanas Tania y Mónica.

Agradecimientos

A Dios por darme la fortaleza y la confianza para poder alcanzar esta meta. Al alma de mi madre (Q. E. P. D.) A mi esposo por su apoyo incondicional, a mis familiares que constantemente con sus cantaletas me animaban para continuar luchando, a mi asesor por su esfuerzo, dedicación y motivación. A la asociación JOVESOLIDES – Colombia por creer en mí y apoyarme en mi ardua carrera universitaria. En fin a todos aquellos que creyeron en mí y a aquellos que no, pues también se convirtieron en un motor y reto para poder disfrutar de esta meta.

Resumen

El propósito de este trabajo es analizar las representaciones semióticas de habitantes de los llamados sectores populares en la prensa de Cartagena de Indias, específicamente en el periódico *Q'hubo*. Se vislumbra la problemática social de los habitantes de estos sectores, tratada en dicho medio desde diferentes estrategias, para volver las pasiones humanas un espectáculo público que conlleva la simplificación de la compleja situación sociocultural. Para examinar dicho fenómeno se utilizó el análisis crítico del discurso (ACD), que permite develar el tipo de representaciones que se legitiman sobre los sectores populares. Con tal fin se realizó un análisis descriptivo – interpretativo de las temáticas, diseños y recursos lingüísticos de una muestra de 75 portadas. Los resultados evidencian que las matrices simbólicas que se insertan en dicho medio están estratégicamente mediadas por el discurso hegemónico, que las focaliza desde un ángulo negativo de sus cotidianidades. Así, reproduce imaginarios cada vez más estigmatizados y estereotipados de los sectores populares en la ciudad.

Palabras claves: ACD, estrategias discursivas, prensa sensacionalista-*Q'hubo*, representaciones semióticas, sectores populares.

Contenido

| | Pág. |
|--|------|
| Introducción..... | 9 |
| Consideraciones teórico-metodológicas | |
| Antecedentes..... | 12 |
| Aspectos metodológicos..... | 14 |
| Conceptos y nociones..... | 18 |
| Análisis de elementos y temáticas | |
| Nominación de los actores..... | 27 |
| Análisis de las imágenes..... | 51 |
| Análisis de los titulares..... | 71 |
| Relación texto-imagen..... | 98 |
| Implicaciones de las representaciones | |
| Legitimación del discurso en las portadas de <i>Q'hubo</i> | 102 |
| El papel de la imagen en el <i>Diario</i> | 105 |
| El espectáculo representado en la portada..... | 111 |
| El compromiso social del <i>Diario</i> | 114 |
| Conclusiones..... | 117 |
| Referencias..... | 119 |
| Anexos..... | 123 |

Introducción

En los últimos cinco años (2006-2011), la prensa sensacionalista ha ganado un gran número de lectores en la ciudad de Cartagena. El ejemplo más notable de este fenómeno es el periódico *Q'hubo* (antes *Nuestro Diario*), cuyo creciente número de compradores (cerca de 25 mil, según fuentes del mismo tabloide) se han convertido en su principal motor. Éstos se pueden ver en las calles, en los buses y busetas o en otros espacios públicos o privados con algún ejemplar representativo de esta modalidad periodística. Por supuesto, estas personas –como cualquier otro ser humano– son merecedoras del respeto a su intimidad, entre otros derechos constitucionales. Sin embargo, este periódico, más allá de brindar información veraz, que entere de la problemática social, pareciera estar mediado por el discurso del negocio que se vale de las representaciones sociales o esquemas mentales de los llamados “sectores populares” (Sunkel, 2001). Este discurso dominante está respaldado por el poder persuasivo de los medios para (re)producir o imponer un modelo prejuiciado a sus lectores, el cual pasa desapercibido para muchos de ellos.

Este trabajo pretende, por medio de un análisis descriptivo-interpretativo, evidenciar las representaciones que se realizan de algunos de los habitantes de estos sectores. Éstos, más allá de aparecer en el diario vinculados con acciones delictivas, o como “curiosos o dolientes que presencien la noticia” (Chica, 2007), son personas que tienen una vida privada, además de padecer la problemática social de sus barrios, signada por la precariedad de los servicios públicos y la mala situación económica. Individuos a quienes los medios vuelven noticia, al relacionarlos con el bajo nivel de escolaridad de muchos de sus habitantes y con sus formas de convivencia social. Noticias a menudo con un tono sensacionalista, explícito mediante titulares y colores llamativos, entre otros recursos lingüísticos y gráficos que aparecen en la portada para captar la

atención de sus potenciales consumidores. Incluso, a veces sin importar la distorsión del contenido y de la imagen identitaria que desde allí se reproduce con el fin de garantizar los intereses hegemónicos.

Para tal fin, el objetivo general es analizar, desde un punto de vista socio-discursivo, una muestra de 75 portadas del periódico *Q'hubo* –anteriormente llamado *Nuestro Diario*–, para interpretar las representaciones semióticas y los contratos discursivos que se configuran de los sectores populares en la prensa sensacionalista de Cartagena.

Los objetivos específicos del estudio son tres, correspondientes a tres capítulos del presente informe. El primero ofrece un esbozo de los antecedentes afines, presupuestos teóricos y la metodología utilizada para la obtención y registro del corpus. El segundo presenta los resultados del análisis, desde la sistematización de los datos hasta una descripción del estilo, es decir, el diseño de titulares e imágenes, y los tratamientos de fondo y forma de los mismos. A la vez, se analizan las clases de titulares que implican los diferentes modos de nominar a los actores. Por ejemplo, mediante apodos: PILLARON AL “VAQUERO”, EL “GOYO” MATÓ Y SE ESFUMÓ; reemplazando el nombre por objetos directos: LO MATARON CON SILENCIADOR, EL CUÑADO LA LEVANTÓ A PICO DE BOTELLA; haciendo énfasis en las formas generales: MURIÓ PELEANDO POR UN HOMBRE; destacando las profesiones u oficios: MATAN A OTRO COMERCIANTE, entre otros recursos verbales. En este mismo apartado se incluyen las temáticas, esto es, aquellos tópicos que suelen aparecer con mayor frecuencia, tanto en los titulares como en las imágenes de las portadas. Asimismo, los rasgos lingüísticos para develar qué palabras y frases se usan para catalogar las noticias. Esto último, unido al análisis iconográfico (estudio de las imágenes), permitirá dar cuenta de la relación texto-imagen, esto es, si se complementan o el primero funciona solamente como relleno de la

segunda. Por último, en el tercero se interpretan los resultados del análisis para develar qué tipo de imagen de los sectores populares se reproduce, legitima y qué se construye con ello.

Una investigación de este tipo permite poner en escena las dinámicas de las instituciones que tienen el poder y que se camuflan en el negocio de los medios, al poner como supuesta prioridad a los sectores oprimidos, sobre sus verdaderos intereses. Y que al mismo tiempo venden unos modelos que influyen en la mente de sus lectores, representándolos tal como se observará en las portadas de *Q'hubo*.

Con este trabajo se busca contribuir con una mirada o recepción crítica, entendida como ‘el análisis de los mensajes de los medios masivos en tanto soportes de la “ideología de dominación”’ (Sunkel, 2001, p. 28). Para que así, se tome distancia a la hora de leer dicho diario, y no se consuma sólo porque muestra a las personas marginales, por la emoción de que aparezca un conocido en el diario, por buscar información impactante o algo en que entretenerse, sino buscando y confrontando la imagen que desde allí se hace de los sectores en cuestión. En suma, que se asuma dicho medio desde un ángulo de resistencia ante lo que reproduce.

Consideraciones Teórico-metodológicas

Antecedentes

La prensa como medio de comunicación ha sido analizada desde diversos estudios que intentan describir y comprender sus estructuras, y lo que sus noticias difunden a través de ellas como construcción de la realidad. Tal es el caso de los diversos trabajos abordados desde los estudios o análisis del discurso, en sus distintas vertientes. Entre ellos se destacan los análisis críticos del discurso periodístico realizados por van Dijk (1990, 1994, 2003), que abarcan tanto sus estructuras como las implicaciones cognitivas en lo social, para develar los discursos que ejercen la dominación. A diferencia de la llamada prensa seria, objeto de interés de van Dijk, quien busca los discursos que utilizan las élites para ejercer el poder, Sunkel (2001) ha investigado los modos y los sentidos de leer la prensa en los sectores populares (especialmente la prensa sensacionalista), y el contrato de lectura que se establece entre el lector popular y dicha prensa.

También sobre prensa sensacionalista se halla *El Extra: las marcas de la infamia*, de Checa (2003), quien realiza un estudio de caso del periódico *Extra* (Ecuador), para “realizar una aproximación a las miradas que existen desde y sobre el sensacionalismo; de las prácticas periodísticas y los públicos que genera.” (p. 13). Este autor adopta una posición equilibrada en cuanto a la polarización que existe sobre el sensacionalismo visto, por un lado, desde el rechazo como un medio que muestra sin tapujos la violencia, los asesinatos, el morbo. Y, por otro lado, desde el negocio como esos espacios abiertos a personajes marginados de los medios y de las barriadas. Desde este último ángulo, esos medios no son los culpables de los actos violentos y no difundirlos sería hipocresía (Balcázar citado en Checa, 2003).

En esta misma línea de investigación se encuentra la monografía de grado de Reyes (2001): *Estrategias de titulación en la página judicial del periódico El Universal de Cartagena*. Su autora analiza las formas como aparecen los títulos en la página *Sucesos* de dicho diario, considerados por ella como: la vitrina de entrada al texto de la noticia, por lo cual los diferentes manuales enseñan algunas generalidades que se supone deben atraer al lector lo suficiente para entrar en la noticia (Reyes, 2001).

Entre los trabajos más recientes sobre prensa en Colombia se encuentra el realizado por Pardo (2008): *¿Qué nos dicen? ¿Qué vemos? ¿Qué es... pobreza?: análisis crítico de los medios*. Éste muestra, por medio de varios análisis de huellas discursivas presentes en la prensa, cómo el discurso massmediático colombiano sobre la pobreza mantiene una representación social de ésta que, por una variedad de mecanismos lingüísticos y semióticos, oculta o debilita las verdaderas condiciones de este fenómeno, las cuales resume en tres palabras: “exclusión, discriminación e inequidad”. (Patiño Roselli *apud* Pardo, 2008, p. 16).

En esta misma línea de investigación se ubica una ponencia de Saladén (2010): *Representaciones sociales de la violencia en los titulares de portadas del periódico Q’hubo de Cartagena*, producto de la investigación de tesis de maestría. Su objetivo es describir y analizar, desde la perspectiva del ACD, la caracterización de dicho fenómeno social en sus distintas manifestaciones, hecha por el diario mediante estrategias discursivas verbalizadas con diferentes procesos lingüísticos.

Por su parte, Cardona (2010), en el proyecto de investigación: *El papel de los nuevos formatos periodísticos impresos (Nuestro Diario) en la construcción social de la realidad en Cartagena y su influencia en el consumo de los medios de comunicación*, busca definir las características que han dado éxito al periódico *Q’hubo* (antes *Nuestro Diario*) en Cartagena.

Asimismo, analiza su aporte a la construcción social de la realidad y sus efectos como nueva industria cultural.

Más recientemente, se halló la monografía de grado de Martín & Rendón (2011), *En mayúsculas y al rojo vivo: estética de la crónica roja en Cartagena*. Las autoras realizan un análisis multimodal de los mecanismos discursivos empleados en las portadas de *Q'hubo* (Cartagena) para poder “conocer hasta qué punto la representación de los habitantes de la ciudad que este medio ofrece obedece o no a estereotipos y representaciones sociales discriminatorias...” (p. 11).

Aspectos Metodológicos

Para indagar por los modos en que se dan las representaciones semióticas de los llamados sectores populares en las portadas del periódico *Q'hubo*, se hace uso del análisis de su discurso desde una perspectiva semiótica amplia. Esto para observar, además del lenguaje verbal, el lenguaje de las imágenes desde el cual se aprecie lo que éstas representan y reproducen.

Más específicamente, para el estudio de la relación texto-imagen, se utiliza la pragmática de la imagen. Esta perspectiva, más allá de brindar herramientas para el estudio de la imagen en particular, permite tener una acertada interpretación de ésta como un hecho social por sí misma y no solamente como un mensaje (Rodríguez, 2006).

Además, para examinar los titulares que aparecen en las portadas, se utiliza el análisis de contenido, ya que “es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (Krippendorff *apud* Rodríguez, 2006, p.147). A propósito del contexto, aunque el análisis presentado más adelante se basa en archivos, es decir, que los datos fueron extraídos de periódicos (algo que ya está

escrito), no se puede dejar de lado el lugar desde el cual se produce la noticia. En este caso, corresponde a los denominados ‘sectores populares’ en la ciudad de Cartagena, considerando las condiciones económicas, culturales y la variedad dialectal de sus habitantes. Esto con el fin de mostrar que los referentes o el contexto, que encaminan las inferencias aquí hechas, obedecen a razonamientos y a una dinámica sujeta a un sistema que ejerce el control por medio de los discursos, entendidos como cualquier manifestación verbal, gráfica y simbólica de unas personas relacionadas en un medio social.

Acorde con el carácter de este estudio (análisis de prensa), como método para la obtención de los datos, se construyó una colección del periódico *Q’hubo*, desde el 2 enero de 2010 hasta el 31 de marzo de 2010. También se hizo una selección de las portadas, las cuales se registraron mediante fotografía digital como instrumento de recogida de datos.

En total, sobre un universo de 75 portadas, se seleccionó una muestra por conveniencia (es decir, no aleatoria) de 30 para las figuras y 66 para los titulares. De éstos, valga aclarar, sólo se incluyen los títulos y antetítulos, sin los sumarios. Además, se encuentran en este dato tanto los titulares principales como los secundarios, llamados así por conveniencia, para distinguirlos dentro del análisis. Se debe tener presente que el total de las portadas corresponden a los diarios emitidos en esos tres meses, y que no son más de 75 porque en el año de su emisión, no circulaba *Q’hubo* los días domingos ni feriados.

Como criterio básico de muestreo para la selección de las portadas, se encuentra el hecho de que realicen alguna referencia implícita o explícitamente al actor popular, y la forma como se construye desde los hechos sociales. En este caso, cómo es construido por los medios desde su diario vivir. Para ello, se seleccionan las carátulas que hacen mención –gráfica o verbalmente– a aquellas personas que padecen algún sufrimiento o a las que se les muestra como infractoras de

la ley. Este procedimiento supone un contacto directo con el objeto de estudio, en el que se referencian las representaciones de los llamados “actores populares” (Sunkel, 2001) que aparecen en escena, y son tomados como protagonistas de la noticia en la prensa sensacionalista.

Como criterios de selección de las portadas también se analizarán los recursos gráficos, temáticos y lingüísticos empleados por los medios sensacionalistas como atractivo para la compra de éstos (Rojas, 2005). Puesto que por la clase de noticias de violencia, sexo, fútbol y hechos espectaculares diversos, con un tono sensacionalista (Checa, 2003), se valen de recursos llamativos para causar curiosidad, emoción e incitar a su fin, es decir, su consumo. Por estas características, este diario cabe analizarlo dentro de esos criterios, que dan como resultado su caracterización como exponente de la prensa sensacionalista.

Dentro de los recursos gráficos figuran los titulares en un tamaño exagerado, acompañados por las imágenes o las fotos de los protagonistas de la noticia del día que, más que esto, serían las víctimas de la cámara de los periodistas del diario. Además, conjugado con estos recursos aparece el del color, tanto en los titulares como en las imágenes; suelen ser colores llamativos que los diferencian de los diarios serios (Rojas, 2005). Este cromatismo, desde cierta perspectiva, resulta ser junto con el tamaño de los titulares, la llave de la intriga o curiosidad que causa la temática de la noticia.

En cuanto a esto último, los ‘recursos temáticos’ que se analizarán en la portada, están encaminados a observar qué temas aparecen con mayor frecuencia y qué tipo de expresiones se utiliza a la hora de ponerlos en escena; es decir, también se analizará el ‘recurso lingüístico’.

De otra parte, como estrategia metodológica para el análisis de las representaciones semióticas, además de hacer uso del análisis de contenido y el análisis pragmático, para efectos de la relación texto-imagen, se adoptará una perspectiva del ACD. El núcleo central de éste es

“saber como el discurso contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia social determinando quiénes tienen acceso a estructuras discursivas y comunicacionales aceptables y legitimadas por la sociedad.” (van Dijk, 1994, pp. 6-7). Esto con el fin de develar cómo las estrategias y el discurso que se maneja en esta prensa, constituyen también una forma de ejercer el poder, que estigmatiza a los actores de los sectores populares.

Lo anterior conduce a que luego de haberse realizado el análisis de los anteriores recursos, se sistematicen los datos para someterlos a un ACD de dicha prensa y detallar en ella las representaciones semióticas, con el fin de observar si este diario está contribuyendo al beneficio de la gente. Esto es, sí “en el tabloide ocurre una revolución silenciosa y por primera vez los negros conocemos nuestra vida social sin el referente delincuencial.” (Chica, 2007). O, por el contrario, si el imaginario que en él se muestra deja ver la brecha de la desigualdad social y el aprovechamiento del dolor, la tragedia y necesidades de estas personas como noticias de espectáculo o farándula del día, y no como *solidaridad* (énfasis añadido) de los periodistas que van a los barrios a saber qué problemas vive la gente del común, y presentarlos en sus páginas, para que así sean del conocimiento público y los afectados se vean favorecidos con la intervención de la autoridad competente, según sea el caso. (*Nuestro Diario*, 2007)

Puesto que la línea de investigación adoptada requiere de un análisis interpretativo, el ACD ofrece herramientas muy útiles y necesarias, ya que “sitúa su metodología en la hermenéutica más que en la tradición analítico-deductiva y en consecuencia no puede trazarse ninguna línea clara entre la recogida de datos y el análisis”. (Wodak & Meyer, 2003, p. 50). Esto, más que una limitación, significa que no está ceñido a parámetros a los cuales hay que forzar la investigación, sino que dependiendo de los datos y las categorías en que éstos se

enmarquen, permite abordar de forma flexible pero también muy crítica, el análisis requerido para el fin de la misma.

Conceptos y Nociones

Teniendo en cuenta el tipo de prensa que se analiza en este trabajo y los criterios para dicho análisis, resulta indispensable esbozar la definición de los conceptos o nociones que sirven de base o soporte para su realización. Es menester detenerse un poco para analizar qué se entiende por *prensa sensacionalista* o *amarilla*, que según la definición del Diccionario Der (citado en Rojas, 2005): persigue fines exclusivos lucrativos sin importar los medios. Estos medios son: el sensacionalismo, la información inventada o alterada y la información morbosa sobre personas o sucesos como, por ejemplo, delitos, drogas, robos, delincuencia, maltratos, sexo, etc.

Para Rivadeneyra (*apud* Rojas, 2005), el Sensacionalismo se constituye como la acción y el efecto de distancia significados de algún acontecimiento noticioso, mostrado en una dimensión muchísimo mayor de la que realmente tiene.

En cuanto al sensacionalismo (que permite clasificar esta prensa como tal por su lenguaje, gráficos y estilos de la noticia), según Rojas (2005), con él se pretende reflejar todas aquellas formas de presentar la información que no se ajusten de manera rigurosa, contrastada y veraz a los hechos y a la realidad; o por presentar aspectos más llamativos desde una noticia o desde una sección para producir gran sensación o emoción.

Pero más allá de esto se encuentra ese público lector o consumidor de este tipo de prensa, que no solamente la consume por pasar el rato, sin lanzar juicio sobre ella o identificarse con sus hechos. En efecto, como lo define Sunkel (2001), “El consumo es entendido como el conjunto

de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y uso de bienes” (p. 32). Esto es, que más allá de la adquisición de un producto, está la resignificación que de él se hace y cuya mayor significación se da si está legitimado por el discurso de los medios, los cuales contienen gran poder de persuasión.

Esto permite apreciar que las mediaciones, entendidas como ese lugar desde el cual es posible percibir y comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: que lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos de sistema y a estrategias comerciales, sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver (Barbero *apud* Sunkel, 2001), se dan gracias al manejo de los esquemas idealizados y estandarizados de los medios, para ofrecerles su modelo o representación de mundo a estos sectores. O como lo anota van Dijk (1994, p. 77), “La estrategia de persuasión consiste en utilizar en la comunicación el modelo preferido del otro para hacer pasar el modelo preferido del hablante”.

Esta estrategia tan poderosa, hace que sea difícil ejercer una mirada crítica hacia los contenidos que divulgan los medios, e incluso, que no se les cuestione. Lo cual indica la influencia del discurso de las instituciones que ejercen el poder, en los sectores populares.

En cuanto al concepto de ideología, retomado de Pardo (2008), es un sistema de saberes, actitudes y opiniones compartidas por un colectivo, organizadas como mínimo por un par de representaciones sociales (del nosotros y de los otros). Además, argumenta que la ideología por lo general se distribuye de manera más heterogénea en los grupos y se estabiliza en discursos institucionalizados articulados a doctrinas y prácticas arraigadas.

Lo anterior justifica que se utilice el ACD, cuyo núcleo central es “saber cómo el discurso contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia social determinando quiénes tienen

acceso a estructuras discursivas y de comunicaciones aceptables y legitimadas por la sociedad” (van Dijk, 1994, p. 6-7). Esto ayuda a evidenciar cuál es el discurso que subyace en las estructuras, que pretende representar y ejercer gran influencia en las personas y, por ende, la dominación.

Para Jager (*apud* Wodak & Meyer, 2003), los discursos ejercen poder “porque transportan un saber con el que se nutre la conciencia colectiva e individual. Este conocimiento emergente es la base de la acción individual y colectiva, así como el fundamento de la acción normativa que moldea la realidad” (p. 69).

En esta línea de concepciones sobre el discurso, van Dijk lo define como “acontecimiento comunicativo, e incluye en él la interacción conversacional, el texto escrito y también los gestos asociados, la mímica, la disposición tipográfica, las imágenes y cualquier otra dimensión <<semiótica>> o multimedia del significado” (2003, p. 44).

Debido a que este análisis se basa en las imágenes que se reproducen de los sectores populares, se hace necesario tener en cuenta la concepción que plantea Fairclough (*apud* Wodak & Meyer, 2003) del “ACD como el análisis de las relaciones dialécticas entre la semiosis (incluyendo el lenguaje) y otros elementos de las prácticas sociales.” (p. 46)

En lo referente a la portada, ésta constituye un espacio donde se reproducen, a través de los medios, los esquemas perceptivos por los cuales se garantiza su consumo. Pero, además, como plantea Checa, “es la presentación del medio impreso, un gancho para su compra, una guía para la lectura de sus páginas interiores” (2003, p. 66); esto es, la portada percibida desde la estrategia para el consumo del producto.

Por su parte, Verón afirma que “la tapa es el lugar de exhibición de su contrato de lectura.” (1997, p. 64). De esto se deduce que, dependiendo de todo el matiz (tanto verbal,

fotográfico, temático y colorido) que contenga la portada en conjunto, mayor será el interés y la intriga para comprar el diario y detenerse a leerlo. Es el espacio en el que radica ese proceso complejo de resignificación por parte del lector y los modelos que desde allí se producen basándose en lo “cotidiano” de la vida de estos sectores; y que resulta ser el interés por lo que llame más la atención, y que se venda.

Además, se puede observar cómo la relación entre la vida social de estas personas y el discurso que se maneja en el *diario*, está mediada por la *estrategia de persuasión* planteada por van Dijk (1994):

... la estrategia general de las noticias de cualquier sistema dominante es narrar las historias, las noticias de una manera que los lectores adquieran un modelo preferido de lo que pasa es el modelo preferido del grupo dominante y cuando hablamos sobre la perspectiva de la gente, lo que estamos haciendo es hablar sobre él modelo, que es el modelo del hablante. El hablante quiere que también el receptor, el lector, tenga un modelo preferido. La estrategia de persuasión consiste en utilizar en la comunicación el modelo preferido del otro para hacer pasar el modelo preferido del hablante. (p. 77)

Lo anterior permite ver qué modelo es utilizado en *Q'hubo* (o *Nuestro Diario*), valiéndose de los conocimientos que son esquemas sociales de lo que las personas comparten con otras (van Dijk, 1994); y que deja notar los prejuicios con que son puestas en escena las representaciones de estos sectores.

De otra parte, el concepto de noticia ha tenido varias definiciones. Para Verón, “la noticia periodística es una construcción de la realidad social”, y que según Saperas (*apud* Martini, 2000) “existe en función de que la comunicación permite disponer de un mecanismo de

relación (de interacción) entre los individuos” (p. 103). Además, se postula que “esta definición se constituye en punto de partida del análisis discursivo de la noticia, y desarma la hipótesis de la objetividad periodística” (Martini, 2000, p. 103). Esta última autora se refiere a la noticia como “divulgación de un suceso (definición que abarca todo tipo de noticias), aparece como la construcción de lo que sucedió y por lo general asociada a la práctica de la noticia de veinticuatro horas propia de la prensa gráfica.” (Martini, 2000, p. 32)

A su vez, Escudero (*apud* Martini, 2000) la define como “la particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos” (p. 32). Por su parte, Gomis (*apud* Martini, 2000) la define como “‘imagen del presente social’, es el relato de un suceso que implica o afecta a individuos de la sociedad.” (p. 32)

Por otro lado, van Dijk (1990) plantea la noticia como “nueva información sobre sucesos, objetos o personas.” (p.17).

Según Martini, si se tienen en cuenta los valores que rigen la noticiabilidad, la noticia puede ser definida como “la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento” (2003, p.33).

La *noticiabilidad* es entendida como ese proceso mediante el cual un acontecimiento es analizado para ver si debe llegar a ser noticia. “Esto se realiza a través de los llamados criterios de noticiabilidad, cuya elaboración depende de la evaluación que hacen los medios del valor de la noticia como *información práctica*, como *impacto emocional* y como *formadora de opinión pública*.” (Martini, 2000, p. 86).

Como consecuencia de lo anterior:

Un hecho se vuelve noticia por el efecto y su función social, entendiendo por efecto las huellas que dejan las noticias, en comentarios, conversaciones y debate y en la producción de otros hechos y como función social, por el valor de la información sobre la vida de los individuos. Por eso, el hecho que repercute más es más noticia, lo mismo que el hecho que repercute en más hechos también lo es. (Martini, 2000, p. 86).

De allí que, entre más desastroso o trágico sea un hecho, mejor resultará para los medios, pues garantizan su comercialización, por el interés en la noticia y los comentarios que ésta genere para seguir manteniendo el consumo. Pero más allá de que el trabajo de los medios tenga que responder a los intereses de un negocio, se encuentra la imagen en la cual se centran (violencia, robos, tragedias familiares) y que en mayor medida son rastreadas en los sectores marginados, por lo que se vuelven como una característica connatural de dichos sectores. Esto propicia una imagen denigrante de ellos, que los obliga a verlos desde lo abyecto.

Entrando un poco a definir lo que es el estilo para mirar el que caracteriza a este diario, se considera que su definición no se atribuye a un solo aspecto, sino que responde a múltiples definiciones dependiendo de la perspectiva que se esté abordando. En lo que aquí compete, “el estilo de los media es definido como el conjunto de características del lenguaje que se asocian con un medio de comunicación específico.” (van Dijk, 1990 p.112)

En cuanto a la relación texto-imagen (que será estudiada mediante análisis de contenido y el análisis pragmático), ésta difiere en las diferentes perspectivas de los autores a tratar. Según algunos, el texto funciona como un complemento de la imagen y viceversa; otros, plantean que estos elementos se complementan. De cualquier modo, la finalidad es abordar la semiosis desde dicha relación.

La controversia que se plantea acerca de la relación texto-imagen va desde lo que la academia define como “un atavío que soporta y autentifica las afirmaciones de la ‘palabra’.” (Rodríguez, 2006, p. 146); es decir, que el texto funciona como el eje máximo que sostiene la noticia y la imagen simplemente está ahí para que se tenga una mayor certeza sobre la información. Contrario a esto, Barthes (*apud* Rodríguez, 2006) plantea que la imagen “es también un objeto dotado de autonomía estructural.” (p. 146). El análisis de contenido en esta ocasión va de la mano con la relación que se establece acerca del binomio texto-imagen.

En lo que respecta a los sectores populares en la ciudad de Cartagena, éstos corresponden a los barrios habitados por personas de escasos recursos, que viven en la mayoría de los casos con las necesidades básicas insatisfechas, donde el acceso a la educación superior es muy escaso debido a sus necesidades. Estas personas se dedican a trabajos independientes o a lo que en Colombia se denomina “rebusque”, esto es, a la albañilería, o son vendedores independientes o “ambulantes”, conductores, etc.

De estos sectores se habla en la prensa seria, pero para referirse a los actores de atracos, delincuentes, infractores del espacio público, etc., y por ende ocupando la sección correspondiente a sucesos o judicial (crónica roja). Pero además, no se salvan ni siquiera en la prensa sensacionalista, donde supuestamente tienen un espacio, sino que sus productores se valen de un registro coloquial –con el que se identifican y reconocen sus habitantes– para que de esa manera se garantice el consumo de esta prensa, colocando el dramatismo o volviendo espectáculo el dolor ajeno.

Pero esta asimilación es más compleja, pues aparentemente lo que gusta en estos sectores es ese tipo de noticias (lo cual se podría argumentar por su alto número de ventas); y por lo tanto,

que los editores lo que están haciendo es un favor para con estas personas, que no tienen acceso al discurso público.

Sin embargo, deteniéndose un poco a mirar las lógicas de esta producción, lo que opera es la reproducción de la dominación, que detrás del discurso de solidaridad para con estos sectores, los señalan como denigrantes, delincuentes, infractores, dándoles así una representación negativa.

Ahora bien, esto también podrían argumentarlo señalando que ellos no son los culpables de que eso suceda (robos, atracos, accidentes). No obstante, sí parecen responsables de su distorsión y constante reproducción, como si ese tipo de sucesos fuesen los únicos que acontecieran en esos sectores. Más aún, el hecho de que esta prensa tenga tanta acogida no es gratuito: obedece a las formas de negociación de sus consumidores y a la representación del otro como lo negativo por parte de sus productores.

Dentro de estos sectores populares existe la denominada cultura popular, que obedece a las relaciones compartidas por un colectivo, las cuales van desde las creencias, actitudes, prejuicios, visiones de mundo, que no están unificadas, sino que responden a las dinámicas de inserción en el grupo. Por lo que se infiere, éstas conforman una compleja trama de relaciones semióticas: las formas de significar, identificarse, reconocerse a través de las prácticas discursivas.

En cuanto a las relaciones semióticas, Nieves (2003) plantea que: "...existen prácticas semióticas de los sujetos populares. Estas actividades en y con los signos y sus dinámicas constituyen repertorios inevitables con los que los sujetos humanos interactúan entre sí, con el ambiente y con la percepción de sí mismos...". (p. 15).

Además, a la pregunta que plantea este autor sobre si ¿existe una cultura popular?, él mismo argumenta que

...desde el ‘origen’, nos constituimos en matrices culturales híbridas. Puede decirse, en consecuencia, que la matriz ancestral-tradicional en el Caribe colombiano a lo largo de los siglos de la Colonia y la República (siglo XIX), se tipifica como producto de hibridaciones policulturales por lo que lo popular es, desde el inicio, pluralidad, multiformidad y fragmentación. (2003, p.15-16).

Se puede decir entonces que, a través de las diferentes prácticas semióticas gestadas en los diferentes periodos, se observa que lo popular se ha manifestado de forma heterogénea. Esto significa que los habitantes de sectores populares tienen diferentes formas de asumirse como grupo por medio de las relaciones hereditarias, y las que van asumiendo mediante resignificaciones que se pueden ver en las prácticas sociales.

Las prácticas sociales, según Fairclough (*apud* Wodak & Meyer, 2003), se pueden entender como “la actividad productiva, los valores culturales, la conciencia y las identidades sociales [que] junto con la semiosis están dialécticamente relacionados.” (p. 46). Esto significa que van de la mano, tanto los aspectos sociales que encierran las acciones, como los signos que las representan, y desde las cuales se constituyen y reproducen.

Análisis de Elementos y Temáticas

Nominación de los Actores

Sobrenombres, profesiones, calificativos despectivos...

Los argumentos de una proposición hablan generalmente de actores con papeles diferentes, como los agentes, pacientes o beneficiarios de una acción. Puesto que el discurso ideológico se centra en Nosotros y Ellos, el análisis posterior de los actores es extremadamente importante (...) Los actores aparecen de maneras muy diferentes: colectiva e individualmente; como miembros de un grupo (<<Nosotros>>) o como los excluidos del grupo (<<Ellos>>); de forma específica o general; identificados por el nombre, grupo, profesión o función; en papeles personales e impersonales; etcétera. (van Dijk, 2003, p. 65-66).

Con respecto a cómo aparecen los actores, aparte de las diferentes formas que menciona van Dijk, cabe anotar un fenómeno que ocurre a menudo tanto en el Caribe colombiano como en otras partes del mundo; se trata de los llamados apodos o sobrenombres con los que se les suele llamar a algunas personas. Éstos, por lo general, obedecen a alguna característica física de la persona, a su oficio o simplemente a algo que le aconteció y desde entonces quedó con ese apodo. A menudo, también se llaman así entre los miembros de pandillas, como una forma de reconocer al otro.

Según definición del diccionario de la Real Academia Española (DRAE) apodo significa: Nombre que suele darse a una persona, tomado de sus defectos corporales o de alguna otra circunstancia. // **2.** m. desus. Chiste o dicho gracioso con que se califica a alguien o algo, sirviéndose ordinariamente de una ingeniosa comparación.

Además, como anota Alemán (2009) respecto a este tema:

Los apodos, de acuerdo también con la Gramática Descriptiva son “nombres que indican una nota particular en un individuo”, nosotros agregamos, además “grupo de individuos” que puede ser más o menos, por ejemplo: tan grande como **yanki** o **gringo** para referirnos a los norteamericanos o estadounidenses. (Alemán, párr. 6; las comillas y negritas corresponden al texto original).

Por su parte, Martínez (2011) manifiesta que:

Los apodos o motes (...) han sido y son apelativos usados en los círculos cercanos para identificar con precisión a las personas a las que sobrenombran. Es frecuente sentirlos consustanciales a las sociedades rurales y, en consecuencia, a formas de habla de carácter popular y coloquial, alejados de los usos oficiales establecidos por las normas cultas de tratamiento. En ocasiones, debido a la significación de algunos de ellos, se les considera como apelativos ofensivos y no es infrecuente encontrar ciertas resistencias a ser nombrados de ese modo por bastantes personas. (p. 2)

Además, parafraseando al autor en mención, el apodo o el sobrenombre constituye otra forma de identificar, nombrar, renombrar o renombrarse que aporta valores, positivos o negativos, a quienes sobrenombra. (Martínez, 2011)

Por otro lado, ahondando más en el tema, este autor cita una relación entre lo que significa describir y los apodos, que bien valdría la pena traer a colación: describir es "delinear, dibujar, figurar una cosa, representándola de modo que dé cabal idea de ella. // **2**. Representar a personas o cosas por medio del lenguaje, refiriendo o explicando sus distintas partes, cualidades circunstancias." (DRAE, 1992 *apud* Martínez).

Lo anterior es relacionado por él con el tema de los apodos, alegando lo siguiente: ...el apodo cubre en muchos casos con maestría, y con arte, la función descriptiva ya que representa y casi dibuja a las personas como si fuera una "caricatura lingüística" y representa con gracia, crueldad, simpatía u otras intenciones... (Martínez, 2011).

Según lo anterior, se podría decir entonces que el uso de apodos tiene diferentes fines, en primera instancia denominar e identificar, dado que cumplen funciones denominativas y descriptivas. La función denominativa, hace referencia al hecho de nombrar o referirse a alguien llamándolo por el apodo o sobrenombre. Por otra parte, la función descriptiva hace énfasis en el hecho que representa el apodo, es decir, que se adjudica partiendo de características, defectos, descendencia de la persona apodada, o por el grupo de procedencia, sin confundir éstos con los gentilicios, que vienen siendo otra forma de nombrar pero no son apodos, como bien lo señala la *Gramática descriptiva*: los gentilicios “designan características geográficas, étnicas, políticas y religiosas” (citado en Alemán, 2009, párr. 3).

Por su parte el DRAE lo define de la siguiente forma: Gentilicio **1.** m. *Gram.* Adjetivo que denota la procedencia geográfica de las personas o su nacionalidad; p. ej., *castellano, madrileño, andaluz, peruano, bonaerense*. De acuerdo a estas definiciones no se deben confundir los apodos con los gentilicios, pues aunque ambos sirvan para nombrar o hacer referencia a las personas, lo hacen desde ámbitos diferentes.

Ahora bien, en lo que respecta al diario *Q'hubo*, en sus portadas se observan titulares con diferentes formas de referirse a las personas o actores en cuestión. Por ejemplo, gentilicios, sobrenombres o apodos, cargo/profesión/oficio, de forma general o específica (nombre), entre otros calificativos que a veces conllevan carga despectiva.

Para corroborar lo anterior, en la Tabla 1 se muestra una lista de las formas en que comúnmente son nombrados los actores en el *diario*, la cual está distribuida por el análisis hecho a los tres meses que conforman el corpus, más la suma total de los tres por cada forma de nombrar. Esto con el fin de obtener un promedio que sirva como parámetro a la posterior interpretación de los datos.

Tabla 1.

Formas de nominación de los actores en las portadas de Q'hubo

| Forma | Enero | Febrero | Marzo | Total |
|----------------------------|-------|---------|-------|-------|
| Gentilicio | 4 | 2 | 3 | 9 |
| Sobrenombre / apodo | 9 | 6 | 14 | 29 |
| Cargo / profesión / oficio | 13 | 8 | 11 | 32 |
| General | 20 | 23 | 24 | 67 |
| Específico* | 4 | 3 | 4 | 11 |
| Calificativo despectivo* | 4 | 9 | 5 | 18 |

*Específico (nombre / apellido)

*Calificativo despectivo (según el contexto)

Antes de seguir con la observación, es menester señalar que entre los titulares que se escogieron para la obtención de datos, en todos los análisis (a partir del presente) no se incluyen los sumarios, sino los títulos y antetítulos. Esto por conveniencia y facilidad para su recurrencia y sistematización.

Además, los ejemplos de titulares a los que se hace referencia, constan del antetítulo, seguido de cinco guiones que no corresponden al texto original, sino que se emplean como

estrategia para separarlos, y luego sigue el título. Por lo general, aparecen con la misma ortografía del diario.

Cuando sea necesario, se hará la respectiva diferencia entre los titulares principales y los secundarios, entendidos como aquellos que ocupan mayor espacio en la portada, y aquellos que vienen en un menor tamaño, y en recuadros más pequeños, respectivamente.

Para empezar, algunos de los gentilicios que se encontraron son: caleño, cartagenero, arjonero e italiano; por ejemplo:

AMBOS CON ARMA DE FUEGO ----- MATAN A UN PAISA Y A UN ARJONERO (N° 953)
POLICÍA DICE QUE ERA FLETERO ----- DAN DE BAJA A CARTAGENERO en
Barranquilla (N° 952)

Algunas de las formas de (auto)nominación –sobrenombres o apelativos– son: “El Bravo”, “Los Paisas”, “Gaitanistas”, “El Tuerto”, “El Vaquero”, “El Vale”, “El Flow”, “El Gordo”, “Los rastrojos”, “Tatán”, “El Chorlito”, “Endiablado”, “El Cóndor”, “El Negrito”, “Lucho”, “El Goyo”, “El Pope”, “El Calderito”, “Fleteros rastas”, “Fabián”, “El Americano”, “El Paisa”, “Pez león”, “Pelaos”, “Políticos ahogados”, “El Ciego”, “La Mona”. Véanse algunos ejemplos:

A FINALES DE ENERO SE POSESIONA EL NUEVO ----- SE VA EL BRAVO (N° 942)
EN SAN FRANCISCO ----- LO MATÓ UN TIPO QUE SE CREÍA VAQUERO (N° 946)
LE DICEN “EL AMERICANO” ----- PILLARON AL “VAQUERO” (N° 962)
ASESINÓ A JOVEN EN LOMA FRESCA ----- “EL CHORLITO” 20 AÑOS DE CARCEL
(N° 981)
EN LA MARÍA ----- ¿Por qué mataron a “El Flow”? (N° 981)

CAPTURAN A UN HINCHA DEL AMÉRICA ----- “ENDIABLADO” ATACO UN TAXI en
Los Cuatro Vientos (N° 982)

En cuanto a las profesiones, cargos u oficios se encontraron los siguientes:

Comerciante, policía, comandante, escolta, llanero, mecánico, mototaxista, enfermera, camionero, taxista, bicitaxista, abogado, ingeniera, ex militar, militar, reportera grafica, transportadores, navegante, panadero. Cabe anotar que estas formas de nombrar, no coinciden con el total (que es mayor) porque hay algunas que se repiten, lo cual cuenta para el total, pero se considera que no son necesarias repetirlas al mencionarlas. En los seguidos titulares se pueden observar los usos de las formas que aquí se tratan. Ejemplos:

EN TERNERA ----- MATAN A LLANERO (N° 948)

POR EVITAR ATRACO EN BUSETA ----- Asesinan a escolta DE JOACO BERRIO (N° 948)

EN LA CONSOLATA ----- Asesinan a enfermera (N° 954)

ASEGURAN LAS AUTORIDADES: ----- ALIAS “EL TUERTO” PRESUNTO ASESINO DE
ENFERMERA Y MECÁNICO (N° 955)

EN EL CENTRO ----- LE QUITÓ EL ARMA A UN POLICÍA Y SE MATÓ (N° 956)

CONDENARON A “EL POPE” ----- POR MATAR A UN PANADERO (N° 998)

Entre las formas generales en que son nombrados los actores en el *diario* se encuentran: madre, hijos (s), hermano (s), sobrino (a) hombre (s), menores, ex esposa, hermanas, maridos, pueblo, joven, viudas, compadre (s), bebé, victima, mujer, hija, papá, mamá, niño, cuñado, hijastra, ex compañero, niña (s), estudiante, heridos, pensionado, estudiante, vecina, hincha (s), otro, candidatos, recluso. Para obtener un mejor registro, de esta forma de nominación, debido a que es la que más se usa, se puede observar en el grafico 1 (anexos), la frecuencia de aquellas nominaciones de las formas generales.

Cabe señalar que al igual que en el análisis de la forma anterior, en este tampoco coincide el total con las formas mencionadas. Además, el plural y el género indicado entre paréntesis al lado de la palabra, corresponden a que en los titulares aparecía la palabra de las dos formas, aunque no precisamente en el mismo titular.

En los siguientes titulares se aprecian estas formas de nombrar:

A BALA ----- ASESINAN A UNO EN SAN FRANCISCO Y a otro en Palestina (N° 939)

MIENTRAS BAILABAN EN LA CANDELARIA ----- POR CELOS, LA CORTO EL EX
MARIDO (N° 951)

Buseta de Caracoles mató A UN JOVEN (N° 954)

EN EL POZÓN ----- MURIÓ PELEANDO POR UN HOMBRE (N° 988)

EN NELSON MANDELA ----- EL CUÑADO LA LEVANTÓ A PICO DE BOTELLA (N° 995)

Por su parte de las formas específicas o los nombres de los actores, se obtuvieron los siguientes en el análisis de los titulares:

Salvador Cabañas, Vicente Blel, Etelvina Maldonado, Joaco Berrío, Danny Daniel, Moncayo, Jercy Puello, Luis Miguel Martin, Luis Alfonso Baldiris Payares, Alfredo López, Jorge Conde, Juan Jiménez. Entre los ejemplos de estos nombres en el contexto de los titulares están:

A SALVADOR CABAÑAS ----- Le pegan un tiro EN LA CABEZA (N° 958)

A 7 AÑOS DEPRISIÓN ----- Condenaron a VICENTE BLEL

POR EVITAR ATRACO EN BUSETA ----- Asesinan a escolta DE JOACO BERRÍO (N° 948)

Capturan a presunto asesino del escolta de Joaco Berrío (N° 961)

Por fin... ¡Libre Moncayo! (N° 1013)

IDENTIFICARON A INDIGENTE MUERTO -----SE LLAMABA LUIS MIGUEL Martín (N°
966)

ASESINADO EN EL TORIL ----- INVESTIGAN CRIMEN de Luis Alfonso Baldiris Payares
(N° 984)

En cuanto a esta forma de llamar a los actores, que es la que por lo general ocurre en la prensa seria, es de notar que esta lista en comparación con el total que arrojan el uso de otras formas de llamarlos, es menor, lo cual indica que en el *Q'hubo* se acostumbra muy poco a colocar los nombres de las personas que aparecen en el titular.

Otro hecho que sucede con los nombres que aquí se colocan, es que los siete primeros de la lista, corresponden a personajes reconocidos públicamente y son respectivamente: un futbolista, una cantadora tradicional de bullerengue, ex congresista, ex gobernador de Bolívar, cantante de salsa, cabo que duro 12 años en poder de las FARC y cuyo padre recorrió kilómetros reclamando su libertad y una deportista colombiana. Esto deja ver que los pocos usos de esta forma, se hacen con personas que tienen una imagen social reconocida a través de los medios.

Por su parte lo referente al nombre Luis Miguel Martin, a diferencia de los anteriores con reconocimiento público, éste corresponde al nombre de un indigente como se ha señalado en el titular, por lo que se considera que su nombre aparece no por su reconocimiento, sino como “exclusividad” del *diario* al saber el nombre de una persona que ha muerto, pero que vivía en las calles y del cual no se sabía su nombre, es decir, para el periódico, publicar su nombre se constituye en un hallazgo noticiable.

Lo que respecta a los tres últimos de la lista, es de aclarar que en la contabilización de los datos, estos tres han sido tomados como uno sólo, puesto que hacen parte de un mismo titular; además porque lo que menos resaltan son los nombres, que aparecen con letra pequeña debajo de las fotos, en comparación con los titulares secundarios, los antetítulo e inclusive las sumillas. El

tamaño de la letra se puede igualar al de la fecha y número que trae el *diario*. Esto se puede apreciar en la portada figura 1.

Además el hecho de colocar los tres nombres debajo de las fotos funciona como una estrategia para identificar a las personas de las fotos del titular, pues cuando se trata de una persona no recurren a este hecho, es decir, colocar el nombre debajo de la foto, como se puede ver en la figura 2.

Figura 1



Figura 2



Lo que se deduce de esta forma es que en los titulares principales y secundarios del *diario*, se recurre al uso de los nombres de los actores en el caso que estos tengan algún reconocimiento público, o sea necesario desde el punto de vista estratégico para titular. También se nota que no utilizan nombres cuando se refieren a personas que han cometido un delito, o de un estrato social bajo, a no ser que su identificación (nombre) sea algo noticioso. Como se vio en el análisis, donde se concluyó que los nombres corresponden a personajes reconocidos públicamente, a comerciantes y al hombre indigente. Esto es, que no son personas de los estratos sociales más bajos, ni delincuentes de estos estratos, para el caso de las personas reconocidas y los comerciantes.

Para hacer referencia a los actores que han infringido la ley, han cometido un acto violento o repulsivo, o las personas que habitan en la calle, en los titulares, no se utilizan nombres sino - la forma de otros calificativos-, que por lo general son despectivos, por lo cual han sido llamados -calificativos despectivos- entre estos: extorsionista (s), gamín, sicario, violador, indigente, cabecillas, portador de VIH, pandilleros, ladrón, fletero, asesino, grupo satánico, bandidos, jibaros, borracho. Los anteriores calificativos presentan valores negativos desde el punto de vista social, y que se acentúan en *Q'hubo* por la forma de contextualizarlos, resaltando de esta manera aspectos negativos de los actores en cuestión. Donde por lo general se estiman una víctima y un victimario desde el contexto que enmarcan los titulares, o como lo señala van Dijk

En el análisis ideológico del discurso es muy importante estudiar por qué se hacen explícitos algunos significados inferidos de una frase o texto.

La opción de expresar una información o dejarla implícita no es neutral. Es fácil predecir que en un esquema general la gente tenderá a dejar implícita la información que no es

consistente con su autoimagen positiva. Por otro lado, cualquier información que transmita al receptor los aspectos negativos de nuestros enemigos o de los que consideramos fuera del grupo tenderá a expresarse explícitamente, tanto en el lenguaje escrito como en el oral. (2003, p. 60 - 61)

Lo anterior pone de manifiesto que al tratarse de los otros, se hacen evidentes sus aspectos negativos, los que cabría observar dentro del contexto de los titulares del corpus estudiado. Por ej:

EN SAN FRANCISCO ----- HASTA POR AIRE BUSCARON BANDIDOS (N° 997)

EN MARÍA AUXILIADORA ----- LADRÓN que roba a ladrón (N° 964)

EN ARJONA ----- ¡CAE VIOLADOR DE VIEJITA! (N° 970)

EN EL HOSPITAL UNIVERSITARIO ----- PORTADOR DE VIH ATACA A ESTUDIANTE DE MEDICINA (N° 979)

EN EL CENTRO ----- UN GAMÍN MATO A OTRO POR UN “CACHITO” DE MARIHUANA (N° 939)

Es menester resaltar que las formas expuestas en este análisis, no son las únicas que presenta el *diario*, pues también utiliza aquella donde la mención de los actores y lo que ha estos les ocurre, se hace por medio de una de las tantas formas de complemento directo y complemento indirecto respectivamente.

Mención por objeto directo y por objeto indirecto

Otra manera que tiene este diario para referirse a las víctimas, personas implicadas en los hechos, a los victimarios, es a través del uso de objetos indirectos, que se apreciarán en los “titulares principales” tomados como ejemplos.

La utilización de los objetos directos e indirectos en los titulares del *diario*, por lo general se hace desde la llamada reemplazo por pronombre, esto es, que no escriben la oración completa, sino que parte del sintagma aparece reemplazado por un pronombre, por ejemplo:

Oración: María escribe un correo a su madre

El objeto directo en este caso es: un correo

En el reemplazo por pronombre sería: María lo escribe a su madre

El objeto indirecto en este caso es: a su madre

En el reemplazo por pronombre sería: María le escribe un correo

Pero para una mejor apreciación de estos complementos valdría la pena mirar lo que significa cada uno y su reemplazo o sustitución por pronombres. Para esto se toman como bases unos apartes de un artículo escrito por Isabel Alamar, como sigue:

El objeto directo

¿QUÉ ES?

Es un auxiliar básico del verbo que aparece para complementarlo y restringir su significado verbal. (Alamar, párr. 4)

SUSTITUCIÓN POR PRONOMBRES

Los pronombres personales átonos en función de CD don para la primera persona (me) “Me han tratado bien”; para la segunda persona (te) “Te han recibido cordialmente”; para la tercera persona del singular (lo, la) “La he visto”. Y en el plural para la primera persona (nos) “Nos han derrotado”; para la segunda (os) “Os vi el otro día” y para la tercera y última (los, las) “Las invitaron al partido”. (Alamar, párr. 32)

El objeto indirecto

¿QUÉ ES?

La persona o cosa a la que va destinada o dirigida la acción del verbo, indicando si recibe daño o provecho de esta acción o señalando el fin a que dicha acción se dirige. (Alamar, párr. 36)

SUSTITUCIÓN POR PRONOMBRES

Serían como en el caso anterior (me) para la primera persona del singular “Me lo dijeron”; (te) para la segunda “Te lo mostraron”; (le) para la tercera “Le dijeron la verdad” con la variantes de (se) cuando confluya o aparezca junto a un pronombre átono de OD de tercera persona “lo, los” “Se lo dijeron”. En cuanto al plural para la primera (nos) “No nos querían”; para la segunda (os) “Os lo avisé” y para la tercera del plural (les) “Les previne sobre el asunto.”(Alamar, párr. 51 - 52)

Con el propósito de esclarecer los datos que cuentan para este análisis, se realizó una sistematización de los mismos, es decir, se organizaron los objetos directos e indirectos en una tabla asociada a los tres meses que conforman el corpus, como se aprecia en la Tabla 2. En esta, se establece la claridad de los datos asociados a esta manera de nominar a los actores de los sectores populares en las portadas de *Q’hubo*.

Tabla 2.

Nominación de los actores por objeto directo e indirecto

| | Lo / los | La / Las | Le / Les |
|--------------|-------------|-------------|-------------|
| Mes | (obj. Dir.) | (obj. Dir.) | (obj. Ind.) |
| Enero | 13 | 2 | 3 |
| Febrero | 8 | 4 | 3 |
| Marzo | 8 | 3 | 6 |
| Total | 29 | 9 | 12 |

Se ha establecido un total por mes, del uso de objetos directo e indirecto donde cuentan ambos tipos de titulares; y un total para los tres meses; que posteriormente facilitarán la interpretación y asociación de los resultados obtenidos.

Los pronombres que sustituyen los complementos y que se encontraron al analizar los titulares fueron: lo (sustitución masculina / singular) los (sustitución masculina / plural), la (sustitución femenina / singular) las (sustitución femenina / plural) le (sustitución singular) les (sustitución plural); todos para la tercera persona del verbo.

Los titulares objeto de estudio aparecen en su forma original con el reemplazo de los objetos directos e indirectos, es decir, no es que se hayan colocado arbitrariamente para acomodarlos al análisis, sino que a través del análisis se iban encontrando datos relevantes que permitían ir ampliando la perspectiva del estudio.

Para empezar con la explicación e interpretación de esta forma de hacer mención a los actores en los titulares, se seguirá el orden en que aparecen los complementos en la Tabla 2 y de acuerdo a ello se tomarán algunos titulares que los contengan para ir ejemplificando.

El primero es el pronombre *lo* que sirve para reemplazar en objeto directo de la tercera persona del singular / masculino. Tanto este como su plural son los que toman más fuerza como se observa en la Tabla 2, lo cual indica que la sustitución por este pronombre es mayor.

Lo anterior arroja un dato muy importante, que se puede deducir con el uso de este pronombre, tanto plural como singular, a saber: si este pronombre se utiliza para reemplazar al objeto directo de género masculino, indica que los actores mayormente mencionados de esta forma son los hombres, para lo que respecta en el análisis. Es menester aclarar que aunque el objeto directo no sólo hace énfasis a personas, sino también a objetos; para este estudio se recurre a él para hacer mención a personas y no a objetos.

De aquí también se obtiene otro dato, que es menester comparar con los datos de la clasificación de la temática de muertes por: asesinatos / accidente / suicidio, que indica un total de 93 titulares donde se aprecia esta temática. Este dato en comparación con lo que indica el sustituyente *lo* y su plural, es decir, un total de 29 sustituciones; permite deducir que el mayor número de muertes y otras temáticas le ocurren a los hombres; visto desde la óptica del *Diario*. Esto se puede apreciar en titulares como:

LO ASESINAN DE UN TIRO EN EL OJO (N° 944)

EN SAN FRANCISCO ----- LO MATO UN TIPO QUE SE CREÍA VAQUERO (N° 946)

Ambos corresponden a titulares principales y obedecen a la temática de muertes. Se observa el uso del sustituyente *lo* en singular, el cual reemplazaremos por un nombre arbitrario, para verificar que *lo* cumple la función de objeto directo. Al primer titular le se le colocará el nombre Juan y al segundo Camilo. Con lo que quedarían de la siguiente forma:

- Asesinan a Juan de un tiro en el ojo.

El complemento directo es el sintagma nominal: a Juan

Y su sustitución por pronombre, ya que corresponde al género masculino es: *lo*

El siguiente titular, tomado sin el antetítulo quedaría de la siguiente forma:

Mató a Camilo un tipo que se creía vaquero

El objeto directo es el sintagma o frase nominal: a Camilo

El sustituyente vendría siendo: *lo*

En titulares como los siguientes se puede observar el uso del sustituyente *la*, para referirse a la persona que recibe la acción del verbo, y que en este caso se sabe que corresponde al género femenino, por la marca que imprime el pronombre que sustituye al objeto directo. Ej.:

HABÍAN DICHO QUE LA MATÓ UNA BRUJA ----- LA CONDENAN POR MUERTE DE SU BEBÉ (N° 971)

En el antetítulo el reemplazo por el nombre común (bebé) sería: habían dicho que mató a su bebe una bruja. Y el pronombre que sustituye a el nombre común en este caso es *la*. Lo cual funciona como un marcador del género al que va referido el nombre, pues este nombre se utiliza para ambos sexos y necesita un marcador para saber a cuál de los dos se está refiriendo.

En la segunda oración, se tomará como nombre arbitrario Rocío, con lo cual la oración quedaría de la siguiente forma:

Condenan a Rocío por muerte de su bebé

El objeto directo es el sintagma nominal: a Rocío

El sustituyente como se había explicado, es el pronombre: *la*

Los pronombres átonos que sustituyen al objeto indirecto en los titulares son: le (para la tercera persona del singular) y les (para la tercera persona del plural). Y se pueden apreciar en los siguientes titulares, que se toman como oraciones para realizar su respectivo análisis:

EN CHIQUINQUIRÁ ----- LE QUITARON LA VIDA Y EL PAN (N° 980)

Le quitaron la vida y el pan

Para realizar el reemplazo en esta oración, se colocará como nombre arbitrario, Carlos con lo cual quedaría: quitaron la vida y el pan a Carlos

Note que el sintagma nominal /a Carlos/ es el objeto indirecto en esta oración, pues sobre el recae la acción del verbo, indicando en este caso, quién es que recibe el daño.

Y en la sustitución por pronombre átono se tendría: le quitaron la vida y el pan.

Recurrencia a: la / las / los como artículos: Es de resaltar que lo que se está analizando referente a las palabras que marcan objeto directo e indirecto, como son: lo, los, la, las, le y les;

proviene de un rastreo en los títulos tanto “principales” como “secundarios” y antetítulos. Donde estas mismas palabras (excepto le y les que por lo general sólo cumplen la función de objeto indirecto) cumplen otra función, a saber, la de artículos definidos o determinados, lo cual implica otra mirada a estos caracteres, que aunque se escriban iguales, tienen funciones que los diferencian.

Ejemplo de este tipo de caracteres se pueden observar en los siguientes titulares, tomados tanto de titulares “principales”, como de los “secundarios”:

ASESINATO EN LO AMADOR ----- DEJÓ LA MOTO Y SE PERDIÓ (N° 967) (principal)

EN ARJONA ----- ASESINADO EN LA OSCURIDAD (N° 1006) (principal)

HOY ES EN MARIA AUXILIADORA----- La música CLÁSICA “PEGÓ” EN LAS PALMERAS (N° 943) (secundario)

En estos titulares la recurrencia a las palabras lo, la, y las no se hacen con el fin de sustituir un objeto directo, sino para delimitar un sustantivo, por lo cual vendrían siendo artículos y no complementos directos. Nótese que aparecen al lado de nombres o sustantivos delimitando su extensión (no al lado de verbos), ya que hacen parte de la lista de artículo determinados, por ejemplo: Lo Amador, la moto, la música clásica..., las Palmeras. En caso de que dichas palabras aparecieran al lado de verbos cumplirían la función de objeto indirecto como se vio en el apartado correspondiente al tema.

En cuanto a los titulares que se han tomado como ejemplo es pertinente (antes de seguir con este análisis) anotar que su transcripción ha sido textual, en cuanto a uso ortográfico dentro de los titulares se refiere, específicamente lo que respecta a los usos de las mayúsculas y las minúsculas, pero esto será objeto de otro análisis.

Además los guiones que se usan para separar el antetítulo del título, no corresponde a la redacción original del titular en el *diario*, sino que se han colocado con el fin de aclarar y diferenciar cual es el antetítulo y el título, facilitar las referencias, lograr que el lector se haga una idea de la estructura de la noticia y optimizar la comprensión del análisis dado que no lo alteran.

Tabla 3.

Los / la / las / el (lo) como artículos definidos en la portada

| Mes | Los (artículo) | La / Las (artículo) | El (lo) (artículo) |
|--------------|-------------------|------------------------|-----------------------|
| Enero | 1 | 15 | 27 |
| Febrero | 4 | 10 | 20 |
| Marzo | 7 | 25 | 26 |
| Total | 12 | 50 | 73 |

Como se observa en la sustitución que se hace en la Tabla 3, es de resaltar que en el castellano el artículo *lo* es neutro y en su lugar se utiliza *el*, cuando se refiere al masculino singular, ya que no decimos lo perro, sino el perro. No podemos decir lo carro, sino el carro. Este artículo se utiliza en forma neutra, por ejemplo: lo caro, lo barato, Lo Amador (nombre de barrio). Que sirve para sustantivar adjetivos, como aparece en los ejemplos donde al colocarse al lado de caro y barato, su categoría pasa de ser adjetivo a ser sustantivo.

Ahora bien, para observar en forma detallada el esbozo que se ha realizado en el proceso para el análisis y estructuración del mismo, es pertinente recurrir a la Tabla 3, donde se

especifican los componentes a estudiados. Esto es, la frecuencia con que aparecen las palabras objeto de estudio (lo/los, la/las, le/les) en los titulares que conforman los tres meses del corpus de investigación, y que evidencian que se recurre mayoritariamente al artículo *el*, con el fin de delimitar objetos, situaciones o sobrenombres, y formas generales de nombrar a los actores.

Nominación *uno / otro*

En un grado de comparación para relacionar a dos individuos que poseen un mismo aspecto, el *Diario* emplea en sus titulares términos que demarcan a personas, pero sin llamarlos por el nombre, sino por la relación que exista entre ambos, es decir, si comparten un mismo aspecto ya sea diferenciándolos o guardando semejanza. Además para realizar esto emplea dos palabras claves como: *uno / otro*, tanto sus plurales como su otro género, es decir, *una / otra*.

Para hacer una mejor apreciación de lo que significa cada uno, valdría mirar las definiciones que hace el *Diccionario de la Real Academia Española* (DRAE), y tomar aquel o aquellos que mejor se acople al uso de los mismos en los titulares.

Uno / una: 2. adj. Dicho de una persona o de una cosa: Identificada o unida, física o moralmente, con otra. // **5.** adj. U. contrapuesto a *otro*, con sentido distributivo. *El uno leía, el otro estudiaba* // **8.** pron. indet. En singular, significa **una** y en plural dos o más personas cuyo nombre se ignora o no quiere decirse. *Uno lo dijo. Unos lo contaron anoche*. U. t. en sing. y aplicado a la persona que habla o a **una** indeterminada. *Cuando uno confiesa y llora su culpa, merece compasión No siempre está uno de humor para hacer tal cosa Le fastidian a uno Uno no sabe qué hacer* // **9.** m. Unidad, cantidad que se toma como término de comparación. // **11.** m. Individuo de cualquier especie. (Los números que aparecen antes de la definición corresponden al texto original)

Otro, tra. (Del lat. *altĕrum*, acus. de *alter*). **1.** adj. Dicho de una persona o de una cosa: Distinta de aquella de que se habla. U. t. c. s. // **4.** adj. U. con *a* y artículo, ante sustantivos como *día, semana, mes, año*, equivale a siguiente. *Convinimos en reunirnos de nuevo al otro día. A la otra semana nos pagarán.* // **5.** adj. Dicho de una persona: Distinta de la que habla o piensa. (las letras U. t. c. s. = usado, usada también como sustantivo; pertenecen al texto original)

Pronombre. (Del lat. *pronōmen*, *-ñis*). **1.** m. *Gram.* Clase de palabras que hace las veces del sustantivo.~ **indefinido.1.** m. *Gram.* **pronombre** que vagamente alude a personas o cosas o expresa alguna noción que cuantifica; p. ej., *alguien, algo, nadie, nada, uno.* // ~ **adjetivo.** // **1.** m. *Gram.* En algunas gramáticas tradicionales, **pronombre** que determina al sustantivo.

Note que las definiciones anteriores están relacionadas con lo expuesto en la explicación principal, donde se alude a los aspectos que guardan relación con la forma en que las emplea el *diario*. Para apreciar en detalle lo dicho, se pueden observar algunos titulares con este estilo, entre ellos:

A BALA----- ASESINAN A UNO EN SAN FRANCISCO Y a otro en Palestina (N° 939)

ASESINAN A UNO EN TERNERA Y A OTRO EN LA SIERRITA (N° 943)

UN MUERTO a tiros en Fredonia y otro a cuchillo en El Bosque (N° 945)

EN EL NUEVO BOSQUE----- UN GAMÍN, AL PARECER ‘TRABADO’ casi le saca el ojo a otro (N° 1006)

Se observa que los tres primeros titulares, hacen mención a las personas en cuestión utilizando para el primero al que se refieren, la palabra **uno / un** y para la segunda, la palabra **otro**. La relación que guarda (**uno** con **otro**) esta mediada por la situación que en este caso

corresponde a la temática de muertos. Y la comparación está dada por los lugares que los diferencian. Es decir, que mientras se asemejan por la temática o aspecto, se diferencian por los lugares.

Con el último titular ocurre que la relación se da porque hay dos personas implicadas en un mismo hecho, donde el **uno** (un) sería el causante del daño al **otro**. En este caso **un** funcionaria como un artículo indeterminado que acompaña al sustantivo.

Estos usos o elecciones de palabras para referirse al los actores no es arbitraria y se debe a la elección de estilo por el que opta el *diario* para representar a los sectores populares, como también lo anota van Dijk (1994) en sus estudios de prensa, a saber:

También hicimos una observación del estilo, de las palabras usadas cuando se describe a los otros, a los demás. Voy a referirme sólo a un ejemplo interesante, a los pronombres, al uso de los pronombres de distancia; recuerdo que encontré que en lugar de decir, por ejemplo, *mi vecino turco* la gente dice *él*; o bien no habla sobre los inmigrantes o sobre los turcos sino, sobre «*ellos, aquellos*» o *esos*». Hay, entonces, una manera de marcar la distancia social a través del uso de pronombres y demostrativos; en lugar de usar nombres, usan pronombres demostrativos «ellos» y «nosotros». Este hallazgo es muy importante. (p. 38)

Este recurso lingüístico, encierra una de las tantas formas de referencia a las personas en *Q'hubo*, y que indica el aprecio que tienen para el *diario*, al no merecer ser tratados con dignidad, al menos llamándolos por sus nombres, sino que son nombrados como objetos.

Relación un / una: Por su parte **un** y **una** utilizados indistintamente en los titulares cumplen la función de acompañar al nombre, calificativo, por lo que no van a representar a la

persona, sino que al colocarse al lado del sustantivo no para identificarlo lo que hacen es numerarlo.

En los siguientes titulares, las palabras *una* y *un* funcionan como artículos indeterminados, ya que acompañan a los nombres

AMBOS CON ARMA DE FUEGO ----- Matan a un paisa y a un arjoneo (N° 953)

Buseta de Caracoles mató A UN JOVEN (N° 954)

EN ALTOS DE SAN ISIDRO ----- UNA MUJER Y un ex militar heridos en balacera (N° 965)

EN LA CANDELARIA ----- LO ASESINAN EN UNA CASETA (N° 976)

DEGOLLÓ A UN JOVEN EN EL POZÓN (N° 986)

EN EL BOSQUE ----- BALEARON A un camionero (N° 1004)

LO MATÓ un borracho (N° 1010)

Otro / otra: Por otro lado estas palabras sin la relación que guardan con un / una, suelen aparecer muy poco en el corpus, y las veces que sucede lo hacen desde sentidos distintos. Por ejemplo:

OTRO PAGARÁ 4 AÑOS POR HURTAR DVD----- 53 MESES DE CÁRCEL POR QUERER robar a taxista (N° 951)

OTRA VEZ EN EL BOSQUE----- DECOMISAN marihuana en pila (N° 957)

Fíjese que en el primer titular se refiere a una persona y en el segundo acompañando a vez funciona como una frase locutiva, que significa: nuevamente o de nuevo.

Implicaciones de la relación uno / otro

A través del anterior análisis, se puede ver otra de las tantas formas que presenta *Q'hubo* en sus portadas, para referirse a los actores en cuestión. Pero quizás esta sea una de las que más simplificación le da a la problemática social, por la misma estrategia que utiliza para marcar los

caracteres que conciernen a las personas. Debido a que escoger palabras que no delimitan a quien se refiere en la noticia, con eso se presenta la exclusión, ya que parece que en el diario estos actores no merecen ser tratados con dignidad, a la cual tienen derecho todos los seres humanos, por el simple hecho de serlo.

Por el hecho de escoger unas palabras y no otras ya el diario media su ideología para hacerla ver como objetiva y la correcta. Tal como han escogido palabras como: un / uno / una, otro / otra, para referirse a los actores, les está restando importancia tanto a ellos, como a la situación que debe afrontarse, como algo social que compete a todos.

Puesto que estas palabras no identifican, sino que sirven para mencionar al objeto, aspecto o persona no permiten saber la identidad, no delimitan o especifican a que o quien se está refiriendo. Por ejemplo: un carro de mi papá. El carro de mi papá.

Note que no da lo mismo decir un carro que decir el carro. En la primera puede ser cualquier carro de... pero en la segunda existe una especificación, no es cualquier carro, sino el de mi papá al que se refiere el enunciado.

Ocurre parecido, en *Q'hubo* donde al no colocar una forma que identifique a los actores, estos serán tomados como “cualquiera” pues no existe ningún aspecto que los identifique. Porque *otro* y *un* no delimitan ni identifican a los seres, ni en el campo sintáctico-semántico; y en el pragmático su uso revela ciertas implicaciones como se anoto anteriormente.

Análisis de las imágenes en las portadas

Uno de los puntos más críticos donde converge el poder del discurso es el de la imagen, por lo que esta significa, y lo que comunica tanto por su temática pictórica, como por el trabajo del diseño que se les hace, para potencializar su efecto.

Una fotografía en el álbum familiar, puede que transmita un significado mayor para alguien que conozca a la familia o algún otro familiar, que para alguien que no conozca a ninguno de los que allí aparecen, posiblemente sólo activara el “modelo” que le representa una foto, describir el lugar, pero no guardará una relación de emoción frente a ésta.

De forma similar ocurriría en *Q'hubo*, donde la imagen sola, haría activar únicamente aquellos modelos conceptuales, que se relacionen con la temática de ésta. De allí que tengan que buscar estrategias, para diseñarla de tal forma que se vuelva un discurso social. Pero además del diseño, otra estrategia que hace potente lo que comunica la imagen, es el recurso lingüístico, que la contextualiza, la recrea, la dramatiza, etc.

Es decir, que en la prensa y en especial la sensacionalista donde se llega al lector a través del potencial de las imágenes, se necesita el recurso verbal para hacer de éstas un discurso de interés social. Lo cual indica que “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 le dan vida...” (Rodríguez, 2006: 157)

Diseño

Las estrategias del diseño, es decir, lo material, lo recursivo y la relación social con el contexto para el cual son diseñadas, constituyen un laberinto en el que se atrapa al lector, ya que esta cuestión del diseño resulta ser un factor complejo, por todos los aspectos que abarca, como

los que se han mencionado. En cuanto a esto Kress y van Leeuwen (citados en: Willianson, 2005) plantean que el diseño se encuentra a medio camino entre el contenido y la expresión. Es el lado conceptual de la expresión y el lado expresivo de la concepción. Es el uso de recursos semióticos...

Ahora bien para la realización del presente análisis, se ha tomado principalmente la imagen para poder abordar ampliamente, las estructuras de su diseño, es decir, el encuadre, tamaño y la temática que reflejan. Luego se discutirá la relación que guarda con el texto, y lo que su interrelación, transmite al lector y de qué forma representan a los sectores populares, desde su potencial relación.

Con el fin de mostrar a detalle los aspectos relacionados con las imágenes que se despliegan en las portadas del diario *Q'hubo*, se desarrollaran en el siguiente orden, a saber:

- Encuadre primer plano
- Encuadre panorámico
- Temática de las imágenes

Encuadre primer plano: Entre el tipo de imágenes que se pueden observar en las portadas del *diario*, están aquellas que aparecen en un primer plano, donde se aprecia la presencia de actores (personas implicadas), por encima de las acciones. Al optar por el primer plano, se hace hincapié en lo expresivo, lo cercano, se relaciona con un mundo, perceptible, descifrado, reconocible a través de la intelección de otros; ya construido. (Rodríguez, 2006). Como se puede apreciar en las figuras 3 y 4, el primer plano cumple el o los efectos de impactar en el lector de tal forma, que no deja cabida para reflexiones o inferencias, más allá de lo que esta transmite. De allí también su abertura para dejar pasar el recurso verbal, que resulta ser exageradamente visible, con el fin de ir a la par con el efecto del primer plano.

El tratamiento del primer plano de las imágenes, se presenta principalmente en aquellos espacios, donde se observa el “titular principal”, ya que es el lugar que cuenta con mayor espacio en la portada del *diario* y donde se hace posible cualquier despliegue de la imagen. Es decir, dependiendo lo que se quiera transmitir al lector, dar a conocer, su intención, y las evidencias fotográficas o ilustrativas con las que cuenta el medio, se empleará un efecto primer plano, o panorámico.



Figura 3



Figura 4

Las imágenes fotográficas con este tratamiento acentúan el efecto de credibilidad, dado al poder del zoom de la cámara, y su posterior encuadre en la portada. Es lo que llaman la foto – choque en cuya crudeza radica su fuerza y verdad. Además en su uso (parafraseando a Barbero) se halla una paradoja, a saber: mientras mayor grado de <<objetividad>>, credibilidad e información aparenta tener o tiene, mayor también es el imaginario, el espectáculo y la falta de seriedad con los que se carga. (Barbero, citado en Checa 2003)

Esto es, contrario a lo que se podría creer, que a mayor tamaño y tratamiento de primer y primerísimo plano (figura 3), sería directamente proporcional a la objetividad (en este caso, mostrar las imágenes tal cual y como son). Resulta ser algo opuesto, pues lo que hacen es aumentar el efecto del escándalo y de allí, su falta de compromiso con lo que se informa.

En el diseño de primer plano que se lleva a cabo, también se observa una de sus variaciones, en relación con los actores, donde sobresalen en el encuadre superior que separa al espacio destinado para la noticia principal, del resto de la información en el lado superior de la portada, como se aprecia en las figuras 5 y 6.



Figura 5



Figura 6

Note el tamaño exageradamente grande, que reciben estas fotografías de los actores, hasta el punto de traspasar el encuadre superior, cubriendo parte del nombre del *diario*. Este hecho de romper con el encuadre, hace que parezcan más expresivos. Y por lo general se presenta cuando se refieren a personas que han muerto “injustamente”, es decir, personas inocentes. Este diseño los hace ver muy expresivos, como si dijeran: “no merecí morir” o “morí injustamente”, lo cual podrá ser una de las primeras impresiones que tenga el lector, al hacer la construcción del discurso texto – imagen y viceversa.

Por un lado, el efecto del primer encuadre, simplifica la lectura discursiva que hace el lector, pues no cuenta con elementos que rodeen la imagen, para una visión más abierta del acontecimiento; pero por el otro, el tamaño, los colores, el encuadre, etc., potencializa la tragedia o el hecho que se quiere anunciar. Todo esto hace que la atención se centre en la acción que le ha ocurrido al personaje, a sentir conmoción por lo que le ha ocurrido, pero a no ir más allá de este un sentimiento. Lo cual deja en evidencia que “...los actantes, colores, tamaños y formas de las imágenes están absolutamente organizados, lo que evita que cualquier ambigüedad enriquecedora para el lector, genere inferencias que salga de los cálculos del mensaje propuesto.” (Rodríguez, 2006, p.155)

En este tipo de encuadre también sobresalen las imágenes ilustrativas en un primer plano, como se observa en la figura 7. Al no tener evidencias del acontecimiento, recurren a ilustraciones, que le den una idea al lector. Lo cual puede hacer que se cuestione la propia información que suministra el titular, al no mostrar la imagen del supuesto “sentenciado”. Pero una vez más el poder del medio prevalece para hacer creíble su discurso.



Figura 7

Encuadre panorámico: otro tipo de diseño que se encontró en el tratamiento de las imágenes, realizado por el diario, en el corpus seleccionado, es aquel que comprende el encuadre panorámico, del que se obtienen imágenes panorámicas “que exigen un desciframiento de las partes y permite la reconstrucción del evento” (Rodríguez, 2006, p. 155). En las figuras 8 y 9 el lugar que enmarca la noticia, posibilita que el lector se haga una mayor idea de lo que sucedió, pues posee los elementos que familiarizan con la situación ocurrida.

Para enfatizar en el hecho, no basta con el lugar, y el titular, por lo cual recurren a la fotografía del “álbum familiar”, lo que permitirá poner un límite a la lectura discursiva, gracias a la unión gráfica de los tres aspectos del diseño, como son: fotografía del lugar, fotografía del “álbum familiar” y el titular.

En este tipo de encuadre también se observan aquellas imágenes donde aparece el cadáver, pero además, el lugar, y los espectadores como en las figuras 10 y 11.

Este hecho de colocar la fotografía del evento, donde se observa el cadáver tendido, le da credibilidad a la noticia, y junto a los espectadores, cobra mayor fuerza. Esto porque la multiplicidad permite que el lector reconstruya el hecho a partir de la cantidad de elementos que tiene a la mano. Además de esto se potencializa, porque se muestra la evidencia, el testimonio, a través del cual el lector se informa, es decir, la fotografía del hecho que no deja dudas de lo que sucedió, porque existe una imagen potente que le genera credibilidad.



Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11

En comparación con el tratamiento del primer plano, donde su acentuación radica en el tamaño, y encuadre de la imagen principalmente; en la imagen panorámica su fuerza está dada por factores como: lugar, cuerpo del cadáver, los espectadores, haciendo de la imagen todo un contexto del evento. Esto es, cada diseño posee sus formas de potencializar la imagen, de acuerdo al tratamiento que se le dé. Pero, mientras en el primero el efecto del tamaño y encuadre, hace que la información se vuelva un espectáculo, donde no hay cabida para la indagación del contexto en la imagen (sino lo que ofrece el titular); el segundo desde el hecho de presentar el cuerpo del cadáver tendido en el suelo, rodeado de espectadores, hace que el evento se vuelva un escándalo público, donde el lector dará su mirada como un espectador más.

Este tipo de imágenes, que señalan el evento es lo que se llama fotografía testimonial, que según definición de Verón es <<la foto de reportaje tomada en ‘vivo’ [...] es el *presente puro*, el ‘haber estado allí’ de hace sólo algunas horas o en todo caso de hace sólo unos días>> (citado en: Checa, 2003, p. 70). Es decir, se vuelve indiscutible el evento porque se está observando, y que mayor evidencia que esa, como diría el adagio popular “hay que ver para creer”. Esto también inhibe la reflexión crítica por parte del lector, que ante una “verdad evidente”, se queda sin nada que argumentar, y sólo le queda enterarse de cómo sucedió lo que le está señalando la imagen, al leer el sumario, el título y el subtítulo (si se interesa seguirá al desarrollo de la noticia, como se mostrará en el capítulo 3).

En este tipo de encuadre, también se encuentran imágenes de contextos, que con una mirada crítica del lector, podrían ser cuestionados, pues no hay evidencia del cadáver, espectadores, fotografías del “álbum familiar”, sino solamente evidencia del lugar con lo que el lector debe suponer que fue allí, donde ocurrió el hecho. Pero, para hacerla creíble (además del hecho de que aparece en un medio de comunicación y que esto le da poder), focalizan elementos

institucionalizados, que poseen reconocimiento. Tal como se puede ver en el lugar que aparece en la figura 12; donde se observa una cinta que indica ‘peligro’, y que esta institucionalmente avalada.

El enfoque que se hace de la cinta, deja ver que esta se resalta, con el fin de respaldar lo dicho en el título, pero que tampoco, es suficiente información, lo cual manda al lector a la sumilla para enterarse sobre lo que la imagen le indica, (que es poco, y el lector debe creer que la imagen corresponde, a lo que se le informa).

Por su parte la figura 13 recibe un tratamiento similar, al que despliega la figura 12, pero con otro elemento más (aparte de la cinta, que no se aprecia de igual forma que en la otra figura) que la potencializa como lo es el carro de la “patrulla” que representa a una institución; cuyo discurso, es “velar por el orden y la seguridad de todos” y el hecho de que aparezcan aquí, le da posibilidad al lector, para que suponga que algo estuvo mal y por ello acudió la policía.

Con una mirada crítica, que llevará al lector a no atribuirle tanto valor de verdad a lo que este medio le muestra, se podrían cuestionar este tipo de imágenes, atribuyendo lo que aquí muestran a otra situación. Por ejemplo: en la figura 12 la cinta podría corresponder a un trabajo de construcción vial, al cierre de una calle, que también podría ser por motivo de algún evento social. Y en la figura 13 podrían ser de situaciones similares a las de la figura anterior, y que el carro de la patrulla está allí estacionado, porque los ocupantes están averiguando algo, están comprando algo en una tienda, o están haciendo alguna ronda de rutina.



Figura 12



Figura 13

Pero esto muy poco sucede, pues los elementos institucionales que aquí aparecen, junto con el poder del medio de comunicación que es otra institución “logran amplificar socialmente determinadas formas de organizar y de dotar de sentido al mundo” (Pardo, 2008, p. 93). Por lo que sus discursos se entretajan de tal forma que hacen difícil su cuestionamiento. De allí la importancia del estudio de sus estructuras, para saber donde radican sus estrategias, develar el control que ejercen, y tomar posturas de resistencia, a través de una mirada crítica de sus discursos.

En el encuadre panorámico de las imágenes, también se observan aquellas imágenes que muestran, accidentes y tragedias materiales, como se ve en las Figuras 14 y 15. Ante las cuales el lector no realiza reflexión crítica, pues el diseño las trata de tal forma, que se dé la mirada de un espectador curioso, impactado por las imágenes, sobre las cuales no hay nada que decir, y simplemente le queda compadecerse por un momento de la situación. Es decir, que el mensaje interpretativo que debe dar el lector, está construido desde el discurso que le confiere el diseño a la imagen.



Figura 14



Figura 15

Temáticas de las imágenes: Las imágenes que se obtuvieron en el corpus, hacen hincapié en temas como: cadáveres, delincuentes, familiares de víctimas, accidentes, álbum familiar, heridos, escenarios de delitos y promoción del diario. Lo cual se puede observar en las siguientes figuras 16, 17, 18 y 19 donde se señala en cada una las temáticas de sus imágenes en las cuales han sido clasificadas.

Ahora bien, este despliegue de las temáticas que presentan las imágenes, evidencia el tipo de noticias que se transmiten en este diario, a saber: delincuencia, violencia, tragedias familiares, muertes, deportes, y el gancho promocional. Es decir, que si estas noticias se hacen de los sectores populares, -hasta donde llegan con la cámara para tener las evidencias de lo que les ocurre a sus habitantes- lo que demuestra es que el tipo de noticia que de ellos se hace corresponde a delincuencia, violencia, muertes, etc. Por lo cual la representación que se obtiene de los mismos en *Q'hubo*, visto desde estos aspectos preponderantes en las imágenes, es una panorámica negativa de sus vidas.

Además esta panorámica, por el hecho de ser difundida en un medio que tiene poder, con el tratamiento exagerado que le dan a las imágenes en conjunto con el de los titulares, influye de manera notable en la opinión pública, entendiendo esta como una imagen recortada sobre lo que eventualmente converge toda la atención lumínica, por lo es un asunto de visibilidad, donde los medios en tanto instituciones generadoras de información juegan un papel importante. (Garcés, 2007).

De acuerdo a lo que es la opinión pública y el poder que tienen los medios, lo que ellos elijan hacer noticia, será lo que se consolide en las personas como lo verdadero y autónomo, pues es lo que conocen y de lo cual irán formando conceptos. Como en el caso de *Q'hubo*, los aspectos que el 'ilumine', es decir, donde ponga mayor énfasis y difusión, serán los que

repercutan en la mente del lector, para que se forme ideas, acerca de los sectores populares, que luego vendrá a ser la opinión pública que se reproduzca.

Lo anterior indica que en tanto *Q'hubo* hace noticia de los sectores populares desde, aspectos violentos, de delincuencia, etc., serán estos los referentes que tendrá la opinión pública de dichos sectores. Con lo que se produce una mirada de rechazo, llena de prejuicios, y con calificativos negativos para referirse a las personas y barrios populares de Cartagena. Pues como dice McCMBS “los medios no solo imponen como relevantes determinados temas dentro de la agenda publica, sino que también contribuyen en gran medida a la elaboración de nuestra imágenes de mundo.”(Citado en Garcés, 2007, p. 60)

Son precisamente las imágenes, las encargadas de mostrar los aspectos que generan rechazo en este *diario* y en el texto lo potencializan. Es decir, que “se configura así la típica relación entre el secreto, y la conducta social sancionable, propuesta como espectáculo que define el escándalo mediático.” (Pardo, 2008, p.233).

Siguiendo esto, entonces la imagen que se tiene de los sectores en cuestión, correspondería a la relación con la delincuencia, muertes, tragedias, en fin lo que en su mayoría se relacione con la violencia, por lo cual quedan estigmatizados y señalados desde ese ángulo, que no es el que predomina en su cotidianidad. Pero si lo que cobra mayor fuerza por el medio que lo difunde, y será la referencia que se haga hacia ellos, es decir, que son delincuentes, violentos, víctimas y provocadores de tragedias, etc. Lo que forma una opinión pública llena de prejuicios acerca de los mismos.



Figura 16



Figura 17



Figura 17



Figura 18

Análisis del los Titulares

Los titulares son los textos que comunican el nivel macro del texto (van Dijk, 1990), es decir, recogen el tema, en una expresión, a través de la selección de palabras. Por lo cual, debe englobar la temática de todo el texto que se ha estructurado en detalle o que se ha desarrollado.

De allí la importancia que tienen para un medio de comunicación como la prensa, pues esta por lo general es de carácter escrito, y la forma de llegar al lector será a través del titular, que en la prensa 'seria' funciona como el eje principal por el cual se conecta el lector con la información. Pero en la prensa sensacionalista este cumple un papel proporcional al de la imagen, debido al diseño que se le hace.

Antes de ingresar al análisis de los titulares en las portadas, es importante señalar que se define *titular* "al conjunto de dos, tres o cuatro elementos que enuncian la noticia. A saber: cintillo, volanta, título y bajada." (Martínez, Miguel, y Vázquez, 2004, p. 3)

Elementos del Titular

Un titular está conformado por varios elementos como se definen a continuación, a partir de los estudios realizados por Martínez et al (2004), a saber:

El título es el elemento principal del titular y su función es, básicamente, doble: informar y atraer.

La volanta es también conocida como "antetítulo" o "sobretítulo", lo que denota un acuerdo en su ubicación dentro de la página: es el elemento que aparece, siempre, sobre el título. Hay dos funciones principales que se le otorgan a la volanta: 1) ubicar geográfica y ambientalmente a la información o 2) agregar y complementar a la información que brinda el título. (p. 5)

La bajada desarrolla y amplía la información del título. Este elemento presenta, de manera precisa y concisa, la información de la que se da cuenta en el texto de la noticia. No es un resumen ni una vaga enumeración de hechos. A la bajada se la llama, también, “sumario”, “copete” y, con bastante frecuencia, “subtítulo”, por su ubicación en la página, usualmente debajo del título principal. (p. 5)

El cintillo enuncia un tema que, por lo general, es desarrollado por el medio gráfico en más de una página e, incluso, a lo largo de varios días o meses. Este elemento, que apenas es una breve oración sin verbo, se ubica siempre por encima del resto de los elementos de titulación, en el margen superior de la página. (p. 6)

En las portadas de *Q'hubo*, se presentan los tres primeros elementos en el titular principal; y en los secundarios, se utiliza la volanta y el título, cuya diferencia está dada muchas veces por la diferencia de colores, y otras por la división del encuadre; como se muestra en la figura 20, donde se señalan los elementos del titular.



Figura 20

El desarrollo de estos elementos, en el despliegue de la noticia, le permite al lector una conexión, con lo que ha sido considerado un hecho de carácter noticiable, pues a través de ellos se les informa de manera corta el hecho, y las circunstancias. Pero no solo informan, sino que a través del recurso lingüístico que manejan, es decir, las palabras escogidas, el orden sintáctico, y su valor semántico – pragmático, atraen el interés del lector por saber qué es lo que dicen en el medio, esto es, que es capaz de instaurar la curiosidad del consumidor.

Diseño del Titular

En la prensa sensacionalista, no es suficiente con tener acceso al recurso lingüístico, por lo que recurren a diseños del titular y sobretodo del título que lo vuelven vistoso, convirtiéndolo prácticamente en una “imagen”. Esto por el tratamiento que le dan, es decir, tamaño, color, tipo de letra, etc.

Este diario presenta la forma de titulación tabloide, es decir, aquella donde los titulares son de un tamaño grande en comparación con los que vienen en la otra prensa, utilizando colores llamativos como el amarillo y el rojo. Este ultimo “está asociado a la vivacidad, al fuego, a la revolución, a la violencia, es el color caliente por antonomasia <<tiene una eficacia dinámogena>>” (Binet, citado en: Checa, 2003, p. 72).

El amarillo por su parte, es el color que se aprecia de los rayos del sol proporcionando claridad y vistosidad en las partes que se refleja con mayor fuerza. También es un color que se utiliza en muchos casos, para resaltar la parte donde se refleja la luz, en algunas pinturas (cuadros). Ahora, empleado en los títulos y fondos en la portada, de acuerdo a lo anterior, vuelve más visible el titular, lo resalta y lo hace llamativo.

Del uso unido de estos dos colores en el diseño (sin olvidar los otros), resulta una potencia, que refleja la vivacidad de la portada, y que potencializa el caliente de las temáticas, que por sí solas ya lo son. Por su fuerza, producen espontaneidad, visibilidad, atención y persuasión en el texto del titular, el nombre del diario y en los otros espacios de la portada. Como se observa en la figura 21, lo cual se constituye en un diseño estándar para este diario.

Además de estos colores en las letras, se utilizan efectos y colores para resaltar el texto. Por ejemplo: el nombre del diario aparece con bordes amarillos y un efecto de sombra color azul; las letras amarillas del título “principal”, presentan un borde de color negro.

También se utilizan diversos colores para resaltar el fondo del texto, y que hacen contraste con el color empleado en las letras. Y así se pueden ir detallando los fondos, donde se observa que los títulos principales que poseen imagen panorámica utilizan letras color amarillo por lo general (fig. 21) y en menor frecuencia el color rojo (fig. 22). Lo cual se observa en el gráfico 2 (anexos).



Figura 21



Figura 22

Por otro lado, cuando el título principal, no cuenta con imagen panorámica, sino en primer plano o imagen de medio cuerpo, recurren a un fondo de texto blanco, para colocar letras rojas o negras (observar grafico 2 en anexos). Como se puede ver en las figuras 23 y 24.

Ademas de esto, se observa que en los resaltados de texto, en los titulares secundarios se utilizan tres colores basicamente; como son: vino tinto (variacion del rojo), azul y el moztaza. Y en menor escala el amarillo y el negro. Como se observa en el grafico 3 (anexos)

Con el color rojo en el resaltado del texto en los titulos secundarios, pasa algo en particular, a saber: solo aparece en aquel que presenta en su diseño de forma un encuadre irregular, que da la apariencia de una parte mal partida de la hoja. Como se observa en las figuras 25 y 26. Esto predomina en la portada, (ver anexos grafico 3) donde este diseño no varia ni en color ni en la forma. Lo que puede variar es el uso o no de imagen, con apariencia dentro del resaltado del texto, a diferencia de los otros, que utilizan un cuadro al lado del texto, para colocar la imagen. Como se aprecia en las mismas imágenes.

Además de estos colores estándares, en el resaltado del texto de los titulares secundarios, tambien se utilizan combinaciones de los mismos y otros colores, donde unas combinaciones son mas usadas que otras, como se observa en los graficos 4 y 5. (ver anexos).

Esto hace contraste con el color de las letras de los titulares secundarios, donde en la mayoría de los casos predomina la combinacion de letras color blanco y amarillo, empleadas en un mismo titular, como se observa en el grafico 6. Pero además se hace uso de tres y dos combinaciones de colores en las letras de estos titulares como se observa en los graficos 7 y 8 (en anexos) respectivamente.

Por su parte, en el antetítulo del título principal se emplean principalmente letras color blanco, y en menor medida, el negro, rojo y amarillo como muestra el grafico 9 (anexos). Esto

contrasta con los colores de resaltado de texto, donde predomina el rojo, pasando por el negro y en menor frecuencia el amarillo, como se detalla en el grafico 10(anexos). Visto desde la predominancia de los caracteres, los diseños que más se emplean en los antetítulos del título principal, son aquellos que combinan letras blancas con un resaltado rojo. Lo cual lo hace vistoso, y llamativo.

Todos estos diseños, descritos anteriormente, aparecen en las portadas del corpus con el mismo diseño, alternando las combinaciones, lo cual indica que en el diario se emplean estrategias de diseño que se encuentran **estandarizadas**, para colocar la información. Este tratamiento deja ver que así como se vio la estandarización en los encuadres de las imágenes, en el tratamiento que se hace de los titulares también existen la estandarización, dentro de las portadas en *Q'hubo*.

Este hecho del tratamiento estandar que maneja el *Diario* en las portadas, donde los espacios en blanco existen muy poco, sirven de base, para hacer de las noticias un carnaval, un escándalo, que se convierta en algo abrumador de lo cual el lector no pueda escapar.



Figura 23



Figura 24



Figura 25



Figura 26

Tamaño de las letras en los titulares: En este diario se observa que varia el esquema de los tamaños, es decir, que dependiendo si es para un título principal el tamaño es tabloide, para un título secundario es menor, y en menor tamaño se encuentra el sumario. En el antetítulo del título principal, por lo general se observa un tamaño estandar en las portadas.

Además de la variación entre uno y otro elemento del titular, cada uno, puede (excepto el antetítulo del título principal y el sumario) variar el tamaño al interior del mismo como se observa en las figuras, 23 y 24 o presentar el mismo tamaño a lo largo del desarrollo del título principal (véanse figuras 25 y 26).

Mientras que en los antetítulos de los títulos secundarios (en los casos que presentan antetítulo), se observa que emplean un tamaño estandar; en los títulos secundarios se observa que con frecuencia varían el tamaño a lo largo del desarrollo. Permite ver que a falta de un diseño exagerado (como el título principal), este se recarga por tres variaciones en su diseño, que son: varios colores, varios tamaños y variedad en el uso de mayúsculas y minúsculas, empleados en un mismo título. Como se observa en las figuras 23, 24, 25 y 26.

Este cúmulo de variaciones estandarizadas de los tamaños, en el diseño de los titulares, junto a la variación de colores, fondos etc., convergen en el área cognitiva del lector, es decir, su forma de aprender aspectos que lo involucran en el ámbito social. Influyendo así en el aprendizaje de los aspectos temáticos impartidos por el medio de comunicación. Y de aquí lo que luego reproduce como una opinión pública. Que no es más, que el discurso del medio, puesto en la voz de las personas que se informan a través del mismo.

Todos los usos y entramados de estos elementos, junto a los temas, imágenes y demás elementos de forma y fondo, constituyen la semiosis o las representaciones simbólicas de algo o alguien, en este caso de los sectores populares. De lo cual se vale el medio para dominar desde su

discurso, es decir, emplea diferentes lenguajes para plasmar en sus portadas, lo que le interesa que se sepa de sus habitantes y desde allí utiliza las estrategias que le permitan realizar las representaciones. De las que se han podido ver que son, desde un lado negativo, dando cabida a las estructuras del discurso, esto es, poner énfasis en los aspectos negativos del otro. Como se verá en el capítulo 3.

Lo que indica que, tanto los diseños como las temáticas, se confabulan para lograr atraer al lector, y que se interese por comprarlo, pues al fin y al cabo este es un negocio. Pero que no mira las implicancias del despliegue que le hacen a los hechos que consideran noticiables y que repercuten con mayor fuerza, y asombro, en sus consumidores; que han de ser los sectores desde los cuales se construye la noticia.

Distribución y Saturación de Mayúsculas en los Titulares

Los titulares en un *diario* constituyen la puerta de entrada a la noticia, por lo tanto como anota Mar de Fontcuberta, “los titulares expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia” para despertar “el interés del público” (En: Martínez, Miguel y Vázquez 2004, p. 2). De allí la importancia llamativa y gramatical, para que surja el efecto de curiosidad del lector, lo cual lleva a sus redactores a buscar las estrategias que mejor se acomode a sus intereses. Donde muchas veces se pasa las reglas ortográficas, que corresponden al uso de mayúsculas y minúsculas como sucede en el antetítulo y título de los “titulares secundarios” en las portadas. Como se puede ver en los siguientes ejemplos:



Figura 27



Figura 28

Haciendo una apreciación de los titulares secundarios, se observa el uso indistinto de mayúsculas, que lo que hacen es saturar el texto. No siguen reglas de uso ortográfico de las mayúsculas de las que se pueden mencionar las siguientes expuestas por Morales (2010) a saber:

- **Mayúsculas capitales propiamente dichas:** Se escribe con mayúscula la primera letra de una palabra cuando esta encabeza una oración o un párrafo. P.1
- **Mayúsculas idionímicas:** Se escribe con mayúscula la primera letra de los *idionimos*, es decir, los nombres propios (o sobrenombres) de una persona, de un animal, de una cosa particularizada, de un punto geográfico, de una población, de una institución... y también la inicial de los modificadores que siempre los acompañan (la de los **artículos**, solo en los nombres de ciudades, puertos, instituciones e inmuebles, cuando aquellos forman parte constante de estas denominaciones). P.1
- **Mayúsculas titulares:** Se escriben con iniciales mayúsculas las palabras (excepto los artículos y conectores no iniciales) que componen el título de una obra: *Ortografía de la Lengua Española*. Hoy en día se prefiere, y es más recomendable, escribir con mayúscula solo la letra inicial de la primera palabra: *Ortografía de la lengua española*. P.2
- **Mayúsculas expresivas, enfáticas o estilísticas:** Se usan ocasionalmente para destacar una palabra, especialmente en el lenguaje publicitario o en diseño gráfico. Deben emplearse con moderación. P.2

Por otro lado expone el caso del uso incorrecto de las mayúsculas, que en ocasiones suelen aparecer en los títulos y antetítulos.

En español, *no* llevan mayúscula (a menos que sea capital o puntuaría):

1. Las palabras derivadas de un nombre propio: *español, francés, inglés, venezolano, tachirense, colombiano, platónico, platónicamente, kantiano, cervantino, voltio, einstenio.*
2. Los nombres que designan días de la semana y estaciones del año: *domingo, lunes, martes, miércoles, jueves, viernes, sábado; primavera, verano, otoño, invierno.* Los nombres de los meses pueden escribirse con mayúscula (*Enero, Febrero, Marzo...*), pero se recomienda hacerlo con minúscula (*enero, febrero, marzo...*). p.2

Se puede ver que los titulares secundarios de los ejemplos, no se amoldan a ninguna de las reglas aquí expuestas para el uso de las mayúsculas. Como se aprecia en palabras por ejemplo como: DROGA, EN, SAN FRANCISCO, DABAN, CLASE, MAÑANA, REAL CARTAGENA, MUJER, EMBARAZADA, LE, DISPARARON.

En el caso de las palabras -DROGA, EN, MAÑANA- de acuerdo con el empleo de la norma, sería: -Droga, En, Mañana. Es decir, empezarían con mayúscula, porque están encabezando un párrafo.

En el caso de los nombres – SAN FRANCISCO, REAL CARTAGENA- siguiendo la regla deberían aparecer con mayúscula al iniciar cada palabra que compone al nombre; sólo por el hecho de que corresponden a nombres de santidad y de una institución (en este caso futbolística)

Para el resto de las palabras, no hay ninguna regla que justifique su escritura en mayúscula sostenida. Pues por mencionar algunos, como en el caso de MUJER, es un nombre común y no propio para escribirlo con mayúscula. Por su parte DABAN y DISPARARON son verbos para los cuales no existe regla que diga que estos deben escribirse con mayúscula; nada

más que estuvieran encabezando una oración, párrafo o texto, y en tal caso sólo aparecerían con mayúscula inicial.

Con lo analizado sobre Estos aspectos del empleo de las mayúsculas en los titulares de la portada, no se pretende mostrar lo que esta correcto o incorrecto en la escritura de los mismos, sino escudriñar en esos recursos lingüísticos las marcas que impone *Q'hubo* a través del uso de mayúsculas indistintamente en los titulares, es decir, que no se acogen a las reglas ortográficas establecidas para este tema.

Con esto también se evidencia que la escogencia de una forma u otra de escribir el titular, no obedece a la simple redacción objetiva de lo que se informa, y más bien dejan pasar la ideología del medio de comunicación, al resaltar unas palabras y no otras, al hacer el titular de una forma y no de otra. Lo cual obedecería tanto a estrategia para atraer al lector, como a dejar marcas discursivas en el texto.

Aunque si se argumentará que esta forma la emplea el *Q'hubo*, al escribir de línea en línea, es decir, que en una escribe con mayúscula, y al pasar a la otra puede escribir todo en mayúscula o en minúscula, según elija. Cabría observar en detalle las implicaciones que conllevan las palabras o frases colocadas en mayúsculas. Por ejemplo: A MUJER EMBARAZADA, LE DISPARARON, DROGA. Son los términos de interés, y para aumentar su gravedad buscan estrategias que permitan resaltar la situación, para lo cual utilizan las mayúsculas sostenidas.

Esto hace parte del estilo que como lo señala van Dijk 1990

“... la variación del estilo no es simplemente libre o arbitraria. Por el contrario, el estilo es una indicación principal del rol del contexto. Puede referirse a factores personales o

sociales del contexto de la comunicación, como la impaciencia o la familiaridad entre el hablante y el oyente” (p. 49)

Además, dado que la información no viene dada por palabras sin sentido, la expresión de sentido viene dada también por la organización sintáctica de los temas macros o la macroestructura del texto, “Es decir, en un nivel global necesitamos lo que ya era corriente en las gramáticas tradicionales, donde las representaciones semánticas se proyectan sobre las estructuras sintácticas de las oraciones.” (van Dijk, 1990, p. 77).

Por lo que la construcción sintáctica tampoco se da de forma arbitraria, sino que la elección y organización de la misma sirve de base a lo que interesa resaltar de la noticia y que en el titular (antetítulo, título, sumario) conformarían el tema. Como también lo señala van Dijk: “La restricción semántica es obvia: el titular y el encabezamiento resumen el texto periodístico y expresan la macroestructura semántica.” (1990, p. 83)

Por su parte los titulares principales, como se apreció en las figuras anteriores, emplean la estrategia de mayúsculas sostenida, que de acuerdo con la regla debería aparecer al iniciar el titular. Este recurso lo que hace es saturar el texto; pero lo que interesa al medio de comunicación en cuestión, es atraer al máximo al lector, saturando al máximo la portada, donde no exista espacio en blanco, sino que todo tenga color para que sea más llamativo.

Este recurso del uso indistinto de las mayúsculas, junto con la temática de los titulares y las fotografías o ilustraciones, ponen de manifiesto lo que interesa resaltar de los sectores populares, como afirma Checa (1986), refiriéndose al diario *El Extra*

...hay una representación popular estereotipada, estigmatizada, victimizada, negativizada y esto por los roles que le son otorgados a los protagonistas populares al presentarlos como delincuentes, beneficiarios (de la caridad pública privada o de Dios o la suerte);

también con alguna frecuencia como víctimas o testigos de los diferentes hechos; pero raramente como actores contra la adversidad y en procura del bienestar personal, familiar o social. En muchos casos hay un linchamiento moral de los delincuentes (son casi una <<basura>> social) y a las víctimas se las ve como infelices. Es decir, son los ángulos más negativos o pasivos los que destacan en las representaciones de los sectores populares.

La Cuantificación

Teóricamente un cuantificador se define como una expresión que denota una cantidad; demarca una mensurabilidad aplicada a individuos o entes adscritos a una clase; define los que poseen cierta propiedad o característica; o en qué medida una propiedad es atribuible a una persona, objeto, fenómeno o aspecto de la realidad. (Pardo: 2008, p. 184).

El recurso lingüístico de la cuantificación está marcado en los titulares del *Q'hubo*, por aquellos cuantificadores cardinales, es decir, los que denotan cantidad, y muy poco por esos que denotan orden, esto es, los cuantificadores ordinales.

22 CON ARMA DE FUEGO ----- 24 HOMICIDIOS en diciembre (N° 940)

Este recurso, colocando cifras que revelan la mensurabilidad de un aspecto de la realidad colombiana, a saber los homicidios, pretende marcar la objetividad de la información, es decir, mostrar que el periodista o la prensa, no media ideológicamente en esta noticia y que lo que interesa es su valor de verdad.

Pero más allá de las cifras y datos que revelan en sus portadas, están las implicaciones que se consiguen con la cuantificación, entre las que se mencionan:

- Reducir un fenómeno social a cantidades, con lo que se oculta el malestar social, y la debilidad de las políticas públicas que velen por el derecho a la vida.
- Evitar la reflexión y la crítica del fenómeno.
- Propender por la indiferencia ante la situación que afecta a todos, que si no sucede directamente al lector o a su familiar, nada tiene que ver en el asunto.
- Poca apreciación de todo lo que abarca el fenómeno.

En este titular se muestra la cifra y el objeto con que cometieron los homicidios – 22 con arma de fuego- , con lo cual se le resta aun más importancia al fenómeno social, pues mientras por un lado queda reducido por las cifras, por otro se le da importancia a la herramienta con que fueron cometidos los homicidios.

Todo esto es posible lograrlo, debido al poder que tienen los medios, que desde su forma, estilo, y recursos que utilizan en los titulares, interfieren para que la información llegue parcialmente a lectores.

Pero además aumentan el aspecto del escándalo o la espectacularización como se muestra en los titulares:

EN TORICES ----- 9 HERIDOS POR IR ‘EMBALADO’ (N° 940)

OTRO PAGARÁ 4 AÑOS POR HURTAR DVD ----- 53 MESES DE CÁRCEL POR QUERER robar a taxista (N° 951)

18 AÑOS DE CÁRCEL POR HOMICIDIO EN La Esperanza (N° 968)

EN MAGANGUÉ ----- LE DIO 22 PUÑALADAS (N° 996)

Se le resta importancia a lo que hay detrás de estos hechos, es decir, la problemática social, que no se afronta desde las políticas públicas, sino con el hecho de informar lo que sucede sin buscar soluciones a la problemática.

Tabla 4.

La cuantificación en números y letras

| Mes | Cardinal (número) | Cardinal (letras) |
|--------------|----------------------|----------------------|
| Enero | 15 | 2 |
| Febrero | 13 | 2 |
| Marzo | 18 | 3 |
| Total | 36 | 7 |

Gran parte de los titulares que aparecen en las portadas, contienen cuantificadores, como se ha señalado en los titulares. Pero para una mejor apreciación del uso de este recurso, se debe observar la tabla 4, donde se exponen las categorías que frecuentan este tipo de titulaciones.

En el corpus estudiado, se encontró que por lo general hacen uso del recurso de la cuantificación en números y también con la escritura de estos, como se detalla.

Entre los titulares que contienen la escritura de los números se encontraron pocos (como se aprecia en el cuadro), en comparación con los titulares que contienen la cantidad en cifras.

Entre los titulares que contienen la cantidad en letras, se pueden mirar los siguientes ejemplos:

MUEREN 2 EN ACCIDENTE----- Dos se salvaron DE MILAGRO (N° 944)

ENTRE ARJONA Y TURBACO ----- Muerte en dos ruedas (N° 990)

VIOLO A LA MAMÁ con dos prostitutas (N° 1007)

Note que a las cifras que se recurren son bastante bajas, comparándolas con aquellas que se encuentran en la mayoría de los que recurren a cifras de carácter numérico, como se vio en los ejemplos anteriores.

En cuanto a los cuantificadores ordinales, es decir aquellos que expresan orden solo se encontró un titular en el corpus, con lo cual se deduce que esta forma de cuantificación no es la predominante en la titulación de las portadas, a saber:

ESTE MES ----- SEGUNDO CRIMEN EN LO AMADOR (N° 978)

Pero, no solamente se encontró la cuantificación referida a los cardinales, sino que en algunos titulares se recurre al uso de cuantificadores comparativos, referidos a superioridad, tamaño, aunque en un menor porcentaje en comparación con los cardinales. Por ejemplo:

OTRA VEZ EN EL BOSQUE----- DECOMISAN marihuana en pila (N° 957)

EN EL BOSQUE Y HENEQUÉN-----Encontraron DROGA POR MONTÓN (N° 1006)

EN VILLA ESTRELLA---- BUS IBA CARGADO DE DROGA (N° 1011)

En estos titulares las palabras que se han subrayado, son las que le agregan el marcador comparativo de superioridad. En cuanto a la frase “en pila” cabe decir que esta hace parte del argot popular, y se utiliza para decir “bastante”, por lo cual no se debe hacer una interpretación textual, y parecería que la droga hubiera sido encontrada en unas pilas.

Pero además de las anteriores formas de hacer énfasis a los fenómenos, aspectos, personas, cuantificables, se encuentra otra forma de referirse a estos y que se aprecia en las temáticas que abordan los titulares.

Temática de los titulares

Las temáticas que aparecen con mayor frecuencia, dejan ver el tipo de noticias que se hace de los sectores populares, y de allí la representación que se construya de los mismos a nivel social. Es decir, que el hecho no radica exclusivamente en producir una noticia para que la gente se entere de los acontecimientos a través del medio, sino que se debe prestar atención, a cuáles son los acontecimientos que en este caso a *Q'hubo* le interesa difundir, y serán aquellos que conformen, los temas que se resalten. Como se observa en la tabla 5

Tabla 5.

Temática de los titulares

| Temas | Enero | Febrero | Marzo | Total |
|--------------------------------|-------|---------|-------|--------------|
| Muertes* | 34 | 24 | 35 | 93 |
| Accidentes* | 3 | 3 | | 6 |
| Capturas | 9 | 10 | 4 | 23 |
| Maltratos* | 4 | 4 | 6 | 14 |
| Condenas | 2 | 7 | 3 | 12 |
| Robos / extorsión | 4 | 4 | 2 | 10 |
| Narcotráfico | 3 | 1 | 2 | 6 |
| Cultural | 3 | | 1 | 4 |
| Deportes | 1 | 2 | 4 | 7 |
| Tragedias materiales | 3 | 2 | 3 | 8 |
| Heridos* | 4 | 2 | 1 | 7 |
| General / social / entrevistas | 8 | 6 | 10 | 24 |
| Otros | 4 | 6 | 10 | 20 |

*Muertes por asesinatos / accidentes / suicidios

*Accidentes (no implican heridos ni muertes)

*Maltrato (físico, psicológico, con arma blanca u otros objetos)

*Heridos (en accidentes, y con armas de fuego)

Lo que evidencian los datos acerca de los temas, es que se hace hincapié en aquellos que sean de: muertes, capturas, maltratos, condenas y robos; en una mayor frecuencia. Y los que se tratan de: cultura, e información general, se utilizan en menor grado. Lo que deja ver cuáles son las representaciones hechas de los sectores populares, que se hacen desde lo que escogen para hacer noticia.

Estos temas no han sido algo impuesto a lo cual se haya tenido que forzar el corpus, sino que, con el objetivo de encontrar los temas, a medida que se avanzaba con la búsqueda de la información, se iban desplegando temáticas en común entre los titulares, los cuales se iban en grupos con características similares, que luego se constituirían en una categoría. De allí que no se haga mención a temas como: políticas y economía, ya que en el corpus no se encontró ningún titular que hiciera mención a estos. En cuanto a política lo mucho que se obtuvo, fueron temas relacionas con condenas o capturas de funcionarios públicos, lo cual se clasificó bajo las temáticas de capturas y condenas.

La temática preponderante en el diario (como se observa en el tabla 6), es aquella referida a muertes, ya sea por asesinatos, accidentes, suicidios etc., de estas aparecen cantidades de titulares apoyados por las imágenes y viceversa. Lo que va a influir en la perspectiva del lector acerca de los sectores en cuestión.

Entre estos titulares se observan los siguientes, de los cuales se detallan algunos rasgos que hacen resaltar el tema tratado:

EN NELSON MANDELA ----- MURIÓ EN PELEA AJENA (N° 938)

EN NELSON MADELA ----- MATAN A JOVEN EMPRENDEDOR (N° 943)

POR EVITAR ATRACO EN BUSETA ----- Asesinan a escolta DE JOACO BERRÍO (N°948)

EN EL CAMINO DEL MEDIO ----- PIDIÓ PAZ Y LO MATARON (N° 969)

En estos cuatro titulares aparte de la relación que guardan respecto al tema de muertes, también encierran un discurso en común, que se podría resumir en el siguiente refrán y es que “el que se pone de redentor sale crucificado”. En el trasfondo de estos titulares se encubre la ideología dominante, a la cual no le interesa que hayan actos de solidaridad entre las personas, pues de existir no se obtienen cosas buenas. En los titulares pareciera que lo malo no son los actos delictivos como los asesinatos, sino el querer hacer el bien; como quien dice no vale la pena.

Además esta repercute en la opinión pública que al leer estos titulares terminan por ratificar pensamientos como: “por eso yo no me meto en pelea ajena”, “por eso mejor me quedo quieto”, “mejor dejo las cosas así como están”. Es decir, repercuten en la opinión pública de los sectores populares para controlar la inactividad y no se busquen procesos transformadores, para la solución de esta problemática social, sino que se queden en la situación como espectadores, sin la procura de reclamar un derecho fundamental como lo es el “derecho a la vida”.

Por otro lado, en cuanto a este mismo tema, lo que interesa no son los actos delictivos, sino los objetos con los que se cometieron, como se observa en los siguientes antetítulos y títulos:

AMBOS CON ARMA DE FUEGO ----- Matan a un paisa y a un arjenero (N° 953)

EN EL PIE DE LA POPA ----- LO MATARON CON SILENCIADOR (N° 955)

En estos titulares no se observa ninguna perspectiva de solución, sino que se buscan los objetos que sirvan como agravantes de la situación, para darle un toque más dramático. Como si el asesinato por sí sólo no lo fuera. Pero lo que sucede es que con su forma de titular, las temáticas, y demás aspectos, han creado la mirada de la indiferencia de los lectores; por lo que

recurren a herramientas que les permitan volver dramático el acto. Sin informar acerca de las iniciativas o medidas de solución que deben tomar las autoridades competentes.

Esto muestra que la ideología del medio, respalda a las instituciones que se deben encargar de buscar soluciones a los conflictos sociales. Y que al no hacer nada, lo que hacen es volver a las personas, consumidores pasivos de la problemática social, que cada día aumenta, sin la más mínima esperanza de que pueda cambiar, ya que no se notan las gestiones contundentes. Pues las capturas no logran terminar con el conflicto, ya que esto no es algo que se deba resolver por medio de acciones fiscales únicamente, sino que se debe atacar el problema desde las sociedades, atendiendo sus problemas, necesidades básicas insatisfechas (NBI), como: educación (tanto a nivel familiar y escolar), vivienda, alimentación, acceso a la educación con calidad, a la educación superior (Pardo, 2008).

Ya que al atacar el problema sólo a nivel fiscal, se simplifica la problemática, y se agrava la situación. Pues el discurso fiscal al resaltar que la solución está en las capturas y condenas de los delincuentes, lo que hacen es constatar lo que argumenta Foucault (1995) acerca de las prisiones, es decir, que:

La prisión es el único lugar donde el poder puede manifestarse en su desnudez, en sus dimensiones más excesivas, y justificarse como poder moral. <<tengo razón en castigar puesto que tu sabes, que está mal robar, matar...>> Esto es lo fascinante de las prisiones; por una vez el poder no se oculta, no se enmascara, se muestra como feroz tiranía en los más ínfimos detalles, cínicamente, y al mismo tiempo es puro, está enteramente <<justificado>> puesto que puede formularse enteramente en el interior de una moral que enmarca su ejercicio: su bruta tiranía aparece entonces como dominación serena del Bien sobre el Mal, del orden sobre el desorden. (p. 73)

Las prisiones han sido establecidas como instituciones que “proveen por el bien público”, sometiendo a castigos, privando de la libertad, a las personas tras el discurso que maneja y que se ha legitimado tras su poder y así se le reconoce. De allí que se comparta la opinión pública con esta institución, es decir, que todo aquel que cometa un delito debe ser encarcelado. Como si de esta forma se solucionará el problema de la delincuencia.

En los titulares que refieren a capturas y condenas se puede ver como se convierte en opinión pública el ejercicio de las prisiones,

10 AÑOS DE CÁRCEL POR LLEVAR NARCO-ÑAMES (N° 942)

CONDENADO A 11 AÑOS DE CÁRCEL---- VIOLABA A SU SOBRINA EN EL Campestre y en San Pedro (N° 997)

13. CONDENARON A “EL POPE” ----- POR MATAR A UN PANADERO (N° 998)

A través de titulares como estos se sobreactúa con el discurso de las Instituciones, porque dejan en la mente del lector que lo bueno esta en las capturas y condenas que se le hagan a las personas que infringen la ley. Se reconoce este discurso como el camino que emplea las correcciones ante acciones delictivas; lo cual viene a ser la solución que dan al problema, pero que obviamente no resuelve la problemática.

Este discurso funciona como estrategia de sostenibilidad del orden establecido por las Instituciones, y que debe ser reconocido para que pueda causar el efecto que se pretende mantener. Es decir, controlar el orden, por medio de matrices discursivas que se convierten en opinión pública y por lo cual las personas estarán en un común acuerdo, entre que es lo bueno y que es lo malo en la sociedad; cuál es la forma de reprender lo malo, justificado como bueno, aunque muchas veces no lo sea, como en el caso de las prisiones.

Por estas razones el discurso del periódico *Q'hubo* se ve respaldado en la opinión pública, que reconoce en los titulares el discurso de las instituciones. Lo que indica que prima el bien sobre el mal, y cada captura o condena es asimilada como una hazaña sobre el mal.

Por su parte el tema correspondiente a cultura, que engloba eventos, manifestaciones, expresiones culturales, que realizan los colegios, universidades, y el distrito, aparecen con muy poca frecuencia en este diario; dejando ver que este no es de sumo interés para ellos y por lo cual no lo difunden a “viva voz” como si ocurre con los tratados anteriormente.

Este hecho va a repercutir en los consumidores de dicho medio, que en su mayoría son los sectores populares, tanto por el interés que le genera, por el acceso al lenguaje que se maneja y que no necesita un nivel culto para entenderlo, como ocurre con la otra prensa; también por su costo económico, en comparación con esta. Y a los cuales se les informa muy poco sobre dichos eventos, por lo que muy escasamente se enteran, y poco participan. Con lo que se generan menos procesos de transformación, pues a lo que tienen acceso es a hechos violentos, porque es lo que más se vende en los medios, y se constituye entonces en su representación.

En fin la temática de los titulares deja al descubierto cuales son los temas preponderantes en el diario *Q'hubo*, y como a través de estos discursos se vende y se genera más violencia, pues es a lo que tienen acceso en estos sectores. Que aunque el medio no sea el responsable de estos actos, si lo es de la forma y las temáticas preferidas y no otras que podrían mostrar una panorámica diferente de estos sectores; desde la cual se empezaran a ver positivamente, y repercutir de esta forma en los mismos, creando así otros imaginarios sociales que los constituyen, y no solamente aquellos que por su grado de conmoción o impacto, son los que se venden, consumen y reproducen.

Relación Texto-Imagen

A lo largo del desarrollo de este capítulo, se ha venido haciendo énfasis en la importante relación que presentan tanto el texto como la imagen, para que el lector asimile la información transmitida en *Q'hubo*. Además, se han hecho las observaciones pertinentes del por qué la separación de texto e imagen o titular – imagen, y que obedecen más que todo a razones de distribución en los análisis.

Se debe tener en cuenta que el *diario* en cuestión, hace énfasis tanto en la imagen como en los titulares, por lo cual no se podría decir, lo que se argumenta para referirse a la prensa seria: “la fotografía de prensa es uno de los recursos visuales que se usa con frecuencia para ampliar, tematizar, focalizar y complementar la información proporcionada por el discurso escrito.” (Pardo, 2008, p. 202 - 203). Pues el tratamiento que reciben las imágenes en la portada las dejan ver muy expresivas, con lo cual pareciera que “hablaran por si solas”. Pero como es un recurso diseñado para dar información a nivel social, debe estar acompañada de textos que al igual que ella, sean expresivos. De allí también todo el trabajo de diseño y temática que presentan los titulares.

Los valores representados en la tabla 6 dejan ver la importancia de la imagen en el periódico *Q'hubo*. Lo que indica que recurre también a manifestaciones no verbales para representar a los sectores populares. Pero sin olvidar la parte textual, donde hacen uso de apelativos para referirse a los acontecimientos.

Tabla 6.

*Enfoque de los titulares con y sin imágenes**

| Mes | con imagen | sin imagen | Total titulares | Total portadas |
|--------------|------------|------------|-----------------|----------------|
| Enero | 69 | 13 | 82 | 25 |
| Febrero | 63 | 5 | 68 | 24 |
| Marzo | 71 | 11 | 82 | 26 |
| Total | 203 | 29 | 232 | 75 |

*Nota: estos datos de titulares no incluyen, aquellos que aluden a las promociones, ni a la remisión de los especiales, ya que tienden a ser consecutivos en determinado tiempo, y no resultan relevantes en este análisis.

En el despliegue de información de *Q'hubo* son tan importantes la parte verbal como la no verbal, porque funcionan en conjunto. De allí el dato de 203 titulares con imágenes, sobre 29 sin imágenes. Estos datos son abismales y ponen de relieve la recurrencia a las imágenes en el *diario*. Por lo cual no se pueden relegar a un segundo plano o a complementar la información, como ocurre en otra clase de prensa.

Ahora bien, no se puede pasar por alto que un titular puede “sobrevivir” sin la imagen, pero una imagen sin un titular, sin nada que la contextualice, podrá servir para observar elementos y relacionarlos con un tema. Pero también se prestaría a divagaciones, y no lograría contextualizar la situación de la que se pretende enterar al lector; y dificultaría ampliar la conexión del lector con los modelos mentales que tiene, para hacer su representación del tema. Esto se da más que todo en la información que se pretende dar a nivel social, para personas que conocen directamente o no los acontecimientos.

No sucede así en una red social como facebook, donde se activan lazos afectivos con las imágenes de conocidos, de los que se pueden describir sus marcas de rasgos personales, sin necesidad de la parte verbal. A la prensa le compete plantear argumentos de carácter escrito, que se argumenten en las imágenes, o imágenes que argumenten su contextualización en lo escrito. Para activar las emociones del lector.

La argumentación emocional: Lo anterior indica que la unión del titular y la imagen debe ser capaz de formar un texto argumentativo que “busca persuadir y apelar a la capacidad de razonamiento del lector, e intenta conmover (la argumentación racional) o conmover (la argumentación emocional). Esta última es típica del periodismo de corte sensacionalista...” (Martini, 2000, p.111)

Este elemento de la argumentación emocional, es de carácter crucial para reflexionar sobre las noticias que muestran en *Q'hubo*, y que aunque ellos no tienen la culpa de los hechos violentos de la sociedad, si son responsables de la forma en que los difunden. Ya que lo hacen más desde la argumentación emocional, para conmover al lector, infiltrar en sus emociones de momento, pero que inhibe la actividad crítica ante la problemática social que aquí se muestra, y de allí su participación nula en mejorarla.

Por eso entre mas “malo” “desastroso” sea el hecho mejor será la noticia, y lo marcan con la recurrencia a apelativos, caracteres negativos, e imágenes impactantes para el despliegue de la noticia; pues de esta forma el diario garantiza su permanencia en el mercado social, con sus representaciones negativas que distorsionan la mirada hacia los sectores populares, cada vez más desde el rechazo hacia ellos, y para ellos. Es decir, que se construye el hecho de los sectores populares y estos mismos por la forma de construcción en el periódico *Q'hubo* terminan rechazando y discriminado a las mismas personas que conforman sus sectores. Y se excluyen de

la situación, que solo les produce conmoción. Pero que a “los ojos” de la fuerza dominante los excluidos son todos los que hacen parte de los sectores populares.

Estas conmociones se dan gracias a la publicación del dolor ajeno, de las tragedias materiales, familiares, y de las referencias a hechos delincuenciales. En fin a los conflictos sociales que no se gestionan desde una mirada del problema para buscar las soluciones, sino que se busca conmover y volverse un espectador ante la crisis social que afecta directa o indirectamente a los que hacen parte de los sectores populares. También influye para el efecto de la conmoción, el tratamiento que le dan a los acontecimientos, es decir, lo que publican y como lo publican en las portadas, a través de la selección del diseño, tanto de imágenes, como de titulares.

Implicaciones de las Representaciones

Legitimación del Discurso en las Portadas de *Q'hubo*

Ante los tipos de noticias que se manejan en este diario, es decir, muertes, maltratos, condenas, y que terminan por representar a los sectores populares, cabe indagar por la acogida que tiene, su aceptación y difusión, por los mismos; dejando a un lado los temas como: oralidad secundaria (se verá más adelante) y valor económico del *diario*. Pues lo que interesa es escudriñar en el poder de su discurso, que a pesar de representarlos negativamente es acogido y aceptado.

Con tal fin se ponen de manifiesto dos ejes que trascienden en todo discurso, a saber el poder simbólico que este posea y las estructuras del discurso. Para lo cual se toman algunas citas que permitan la asimilación de la situación.

Para entender dicha legitimación, se traen a colación los cuatro principios ideológicos que plantea van Dijk (2003, p. 57 - 58) y que permiten comprender las estructuras de expresiones ideológicas, reflejadas en los discursos, y que consisten en:

- Poner énfasis en Nuestros aspectos positivos
- Poner énfasis en Sus aspectos negativos
- Quitar énfasis de Nuestros aspectos negativos
- Quitar énfasis de Sus aspectos positivos

Siguiendo estos principios se puede ver como *Q'hubo*, hace pasar su ideología referida a los Otros en términos negativos, poniendo énfasis en los mismos y quitando énfasis de los aspectos positivos de los sectores populares. Esto se aprecia a través de los titulares e imágenes,

que representan en sus discursos informativos, utilizando también diferentes recursos para acentuarlos.

Además interfieren en la mente del lector, haciendo que este comparta dicha ideología, para referirse a los Otros en términos negativos, y que vienen a constituir las prácticas sociales, que dejan al descubierto la dimensión de la ideología dominante, como las ha señalado van Dijk, a saber "... las prácticas sociales cotidianas de discriminación presuponen una base cognitiva de creencias negativas sobre los Otros: estereotipos, prejuicios, actitudes racistas u otras opiniones negativas compartidas socialmente y organizada por la ideología racista." (p. 53 - 54)

Lo anterior deja ver que, como se está hablando de otro grupo se expresan de ellos (en este caso los sectores populares), a través de aspectos negativos, lo cual viene a reafirmar la concepción ideológica que posee el medio de dichos sectores. Pero además hace pasar su ideología como una opinión pública, ya que es capaz de controlar el discurso público y por lo tanto los modelos mentales, como bien lo plantea este mismo autor, al afirmar que: "Uno de los recursos sociales más importantes, de gran parte del poder contemporáneo es el acceso al discurso público. Quien lo controla, controla indirectamente la mente (incluida la ideología) de las personas, y por lo tanto, también sus prácticas sociales." (p. 48)

Los medios de comunicación son los que hoy día poseen este poder, de allí que sean ellos los que a través de sus estrategias camuflen su ideología y la hagan pasar como una verdad social, y de esa forma se legitime ya que "... suele pasar que el público comente, converse en torno a temas impuestos por los medios, haciéndolos suyos como cómplices de un ejercicio más o menos camuflado de violencia simbólica." (Garcés 2007, p. 59). Esta violencia simbólica se aprecia en la ideología del *diario*, puesto que a simple vista pareciera que todo lo que hacen es simplemente informar, pero tras esto se esconde su postura ideológica que enmascarada en

diseños y temas que causen conmoción, ejercen violencia simbólica, que a simple vista no se logra captar porque es algo que está institucionalizado y se asume como lo normal y correcto.

Por su parte esta violencia simbólica, reafirmada en las expresiones negativas referidas a los Otros ocurre debido a que, “Este rol socialmente legitimado e institucionalizado de los medios está tan asumido, que no somos capaces de cuestionarlo. Esto se debe en parte, a que los medios ejercen funciones sociales que ya están institucionalizadas.” (Dittus, 2005, p. 67). Por ello a pesar de que los que consumen este diario son los mismos sectores de quienes se habla en forma negativa, no se toman a la tarea de cuestionar el medio, pues habla de hechos violentos, maltratos, asesinatos, que lo ven como malo y es lo que pasa. De allí su respaldo al medio, excluyéndose del grupo que conforman a los sectores populares, y señalando a los implicados o protagonistas de las noticias como los Otros.

Por lo cual la ideología dominante se constituye como la opinión pública y que según Pierre Bourdieu “...hablar de opinión pública es hablar de un instrumento de acción política. Un medio a través del cual se expresan aquellas problemáticas subordinadas a los intereses políticos, y que se encuentran acompañado por discursos que lo legitiman.” (Citado en: Dittus, 2005). Esto es, que lo que expresan los otros, no es algo arbitrario, sino que está mediado por el discurso de las instituciones, y de allí por la ideología dominante, se ejerce una acción política, es decir, se procura mantener unas matrices que garanticen el orden social, establecido por la dominación.

En fin, se podría decir entonces, que la legitimación del discurso del periódico *Q'hubo*, se debe a que: en él se cumplen las estructuras ideológicas del discurso; a que los discursos que proliferan están institucionalizados, o funcionan en pro de las instituciones, y por lo tanto se convierten en opinión pública, dando cabida a su legitimación.

El Papel de la Imagen en *Q'hubo*

Las imágenes que se muestran en el *Diario*, ya sean fotografías o ilustraciones de los hechos, constituyen el eje primordial en las portadas de *Q'hubo*, dado al papel que juegan para la interacción con el lector, ya que a través de estas el hablante, que en este caso vendría siendo el *diario*, utiliza estrategias que garanticen la eficaz comunicación con el lector.

Ahora si se pregunta ¿por qué en el diario sensacionalista recurren a enfatizar su atención en las imágenes? Se puede decir que se debe al anclaje cultural de los sectores a los cuales va dirigido este tipo de prensa, es decir, se reconoce que hacen parte de una cultura donde prima la “oralidad secundaria” constituida como: “expresión cultural que alterna lenguajes tradicionales con nuevas formas narrativas.” (Aparicio 2008, párr. 3).

Además también se debe tener en cuenta, que este tipo de tratamiento con la imagen, no sólo se da a nivel local, en este caso las ciudades de Colombia donde se despliega *Q'hubo*, sino que se da a nivel de Latinoamérica. Como lo manifiesta Aparicio citando a Martín Barbero: “Debemos ubicar el sensacionalismo latinoamericano en el lugar de los cambios mediáticos “que posibilitan a las masas urbanas apropiarse de la modernidad sin dejar la cultura oral” (2008 p. 4)

De allí que la imagen entre a ser parte importante en la prensa sensacionalista, pues va destinada a un público que inmerso en un medio global donde prima la escritura y las tecnologías, no deja de lado la cultura oral. A ello también se debe el papel que cumple la relación texto – imagen; donde la imagen prima sobre el texto, y éste funciona como un ente contextualizador, necesario para enterarse de aquello que comunica la imagen, y que además su estilo apelativo, al recurrir a la jerga popular, sirve para intensificar esa relación.

Asimismo Checa (2003) siguiendo las líneas para el contrato de lectura, afirma que:

2. Las fotografías y demás gráficos serán los protagonistas principales de las páginas, el texto jugará un papel complementario(...).4. Anuncia un texto escrito muy cercano al lenguaje popular y donde la matriz simbólico – dramática reemplaza a la racional – iluminista que caracteriza a los textos de lectura más difícil. (p. 67)

De esta forma se manifiesta la oralidad secundaria en la prensa sensacionalista, como también lo afirma Aparicio que:

Se construye en su lenguaje, que es el campo principal por medio del cual establece relación con sus lectores. Ella intenta “conversar” con ellos a través de unos códigos de entendimiento común. Pero para entender esta concepción, es necesario concebir este *lenguaje* no sólo desde la dimensión *escrita*, sino desde un lenguaje que también incluya las imágenes. (2008, p. 4)

Pero además del uso de las imágenes y el por qué de éstos, en la prensa sensacionalista, cabe preguntar ¿Qué tipo de imágenes son las que utilizan en este tipo de prensa, y en especial en el periódico *Q'hubo*?

Por lo que respecta al estudio de las diferentes fuentes, coinciden en que se opta por aquellas imágenes que muestran sangre, muertes, sexo, violencia, abusos, delincuencia, y deportes; muy poco se recurre a hechos culturales, económicos, de políticas locales y menos de políticas nacionales. Lo cual indica que su preferencia, está marcada por la temática de las imágenes, que desplieguen el dolor y las pasiones humanas.

El diario *Q'hubo* al igual que las otras prensas sensacionalistas, también alude a este tipo de imágenes enmarcadas en los acontecimientos locales y nacionales principalmente. Por lo general en sus portadas aparecen imágenes referidas a asesinatos, accidentes, capturas, condenados, heridos. Pero no a cuestiones políticas, culturales, y económicas.

Ahora bien, esto último podría ser cuestionado, argumentando que los lectores de los sectores populares, no poseen la educación suficiente como para tener un lenguaje culto, que les permita entender este tipo de noticias. Pero cabría preguntarse, ¿por qué así como buscan las estrategias para llegar con sus anuncios periodísticos a estos sectores, reconociendo que en ellos prima la oralidad secundaria; también no buscan los medios o las estrategias para que en los sectores populares se enteren, se interesen y compartan opiniones públicas acerca de acontecimientos de este tipo?

Con lo anterior no se pretende considerar que este medio tenga la obligación de transmitir las noticias en cuestión, pues al fin y al cabo, este es un negocio; pero al cual no se le puede olvidar que su consumidor es un individuo social, que a través de sus páginas, se representa, por el hecho de aparecer los acontecimientos de sus vecinos, barrios o regiones.

De aquí el interés y la inquietud por observar, qué tipo de representaciones son las que se hacen de los sectores populares en el periódico *Q'hubo*; y desde el estudio, análisis, y revisión de sus imágenes, ha dejado ver que las representaciones que de éstos se hace, son de carácter negativo, tanto por las imágenes, temáticas de éstas y el texto que las contextualiza. Como afirma Checa (2003, p. 63)

No solo que sus representaciones y discursos sobre el delito muchas veces no corresponden a la realidad, sino que con su enfoque periodístico (que adjetiva, califica y <<juzga>>) el supuesto (o no) delincuente ya es sentenciado por el diario antes de que el juez instaure el proceso.

Estas representaciones también están marcadas por la saturación de los elementos en las portadas, por los estilos empleados tanto en la forma o estilo de los titulares, como por el enfoque, tamaño y color de las imágenes; como ya en sus estudios lo ha planteado Checa

...la portada presenta una composición casi <<barroca>>: llena al máximo, los espacios en blanco son casi inexistentes, es la organización del *collage* que rompe los esquemas formales del diseño y donde el color y las formas conforman a esas <<sobrecargas representativas>> o <<intensificación semiótica>>... (2003, p. 66 - 67).

Esta saturación, lo que indica es que se pone énfasis en esas notas expresivas iconográficas, por medio de las cuales se representa a los sectores populares. Que no ven otra mirada de los suyos, sino desde lo abyecto, lo bajo y lo negativo que pasa en su medio y que *Q'hubo* lo dramatiza al dar una sobredosis de representatividad por medio de sus recursos gráficos, estilísticos y temáticos.

Conversión de lo privado a lo público: Diferentes tipos de noticias son el “pan de cada día” en este Diario, entre estas las que hacen hincapié en las pasiones humanas como muertes, tragedias familiares. En cuanto a este tipo de noticias se puede anotar lo que señala Martí, es decir que

...los límites entre publicidad y privacidad se tornan cada vez más difusos en las agendas de los medios. Y las formas de exhibir esa privacidad a través del sensacionalismo y la espectacularización de la realidad ponen en cuestión el caso de las fuentes. Los individuos comunes que son fuentes ocasionales de información no pueden, por lo general, elegir de qué manera van a aparecer en la noticia. (Martí, 2000, p. 54)

En cuanto si se puede elegir o no, la forma de aparecer en la noticia, se ve marcado o reflejado en los signos que muestran dolor por la pérdida de un ser querido, muertos que se pueden apreciar en las siguientes portadas, que han sido clasificadas de acuerdo a los criterios que reflejan este tipo de situaciones

En lo que respecta a este tipo de formas de aparecer en la noticia, si se siguen las angustias existenciales de las personas y sus miedos, se encuentra una serie de signos asociados a la muerte y al dolor que esta produce, esto es: respeto por el difunto, por la familia del difunto (que se encuentra en un momento de duelo), respeto al dolor ajeno, respeto por la dignidad de las personas (vivas y muertas). Signos que hacen de la muerte algo ‘sagrado’ y que a pocos o a ninguno les agrada, por lo tanto, muchas veces es rodeada de unos ambientes casi sagrados en lo que respecta a nuestra cultura; donde la muerte constituye un episodio de la vida, difícil de superar. De allí todo ese conglomerado de ritos, que no son más que, las formas de apaciguar y consolar a los vivos, por el dolor que sienten.

En estos momentos se confrontan o se colocan en la susceptibilidad los momentos vividos con la persona fallecida, preguntas que se hacen acerca de la existencia, por las lógicas de la vida, por Dios (para los que creen en él) o por algún otro ente que se tenga como superior. Esto quiere decir que se pasa por un momento de “angustia existencial” donde los ánimos para los seres queridos del muerto, posiblemente no sean los mejores.



Figura 29



Figura 30

Pero, a pesar de todo esto, el medio de comunicación como lo es la prensa –en este caso el *diario* que compete– captura con el lente de la cámara a estos seres dolidos, y a los muertos. Y con este hecho, lo que hacen es volver el dolor ajeno como el *espectáculo del momento*, pasando por encima el dolor y la dignidad de los dolientes; con lo cual se viola la privacidad de las personas, ya que pareciera no existir límites entre lo público (lo que pueden saber las personas ajenas al caso) y lo privado.

Parafraseando a Checa que reflexiona acerca de los riesgos éticos que se derivan del uso de fotos sangrientas utilizadas en el *Extra* anota entre otros que “provocan un segundo golpe en las víctimas o en sus familiares, al revivir situaciones profundamente traumáticas que acentúan la inestabilidad emocional por la publicación de su drama, lo cual es agravado por la presión de los periodistas para obtener detalles...” (2003)

Sin embargo, pese a lo expuesto anteriormente, el número de lectores de este tipo de prensa sigue creciendo, la competencia aumentando, donde lo que interesa es vender la información, que mas bien pareciera ser un espectáculo.

El Espectáculo de la Portada

Por medio de los diferentes análisis realizados en el capítulo 2, se ha notado que la prensa y en especial el periódico *Q'hubo*, promueve a través de sus portadas, el efecto del escándalo tanto por sus temáticas, imágenes, diseños, etc., basados en las sufrimientos o pasiones humanas, y que ellos por su afán de lucro, vuelven noticia, con tal de mantenerse en el mercado.

De acuerdo con Brunner,

El escándalo en las sociedades mediatizadas se rige, por una parte, por la lógica del mercado, en la que la exhibición y la puesta en escena de la condición humana, en virtud

de la objetualización de la información como mercancía que impone unas metas económicas han logrado que las pasiones humanas se constituyan en garante de los logros financieros establecidos. (Citado en Pardo 2008, p. 266).

Siguiendo lo referido por este autor, las pasiones humanas, funcionan como garantes para lograr los fines económicos del medio, de allí a que le den tanta importancia a las tragedias, que sufren las personas de los sectores populares, pues se constituyen en un fin económico, y no precisamente en función, de actos solidarios, realizados por el medio, al desplazarse hasta los lugares de los acontecimientos, o valerse de las diferentes fuentes que tienen para conseguir lo sucedido.

Estos hechos o acontecimientos al ser contruidos desde el punto de vista noticioso y más si lo son en un medio sensacionalista; se les acentúa la gravedad, exagerando tanto a través del tratamiento de imágenes, titulares, y poniendo énfasis en los aspectos negativos. Esto con el fin de hacerla más dramática, promoviendo el escándalo, por lo tratado, y de allí queda convertido en un espectáculo a disposición del público. Pues causan conmoción, terror y rechazo, en el lector, pero sin dar cabida a una mirada de reflexión ante la problemática que se encubre, a través del escándalo, y que queda simplificada a eso.

El escándalo es una estrategia discursiva a través de la cual los medios masivos de comunicación pretenden, de manera real o aparente, visibilizar una situación o un fenómeno social, cuya aparición en la vida pública implica una valoración moral o ética, en algún grado negativa y que aspira a generar reacciones en la opinión pública. (Pardo, 2008, p. 226).

El solo hecho de que el escándalo se constituya en una estrategia discursiva, permite observar, que tras lo que muestra hay aspectos encubiertos, que no los dejan ver explícitamente, pero que a través del recurso en cuestión se camufla, para no develar los verdaderos intereses.

En lo que respecta al diario *Q'hubo*, las representaciones que hace de los sectores populares en sus portadas, basadas más que todo en hechos que se refieren a las pasiones humanas, es decir, asesinatos, tragedias materiales, maltratos, accidentes, etc., se observa que mas allá de informar a la comunidad de lo que acontece en su medio, esta la forma como lo hacen. Esto es, utilizan diferentes estrategias para llamar la atención del lector y que consuma el *Diario*, banalizando o simplificando la situación, que por sí sola ya se constituyen en un llamado de atención, tanto para las autoridades competentes, como para la sociedad en general. Pero que este efecto del escándalo la banaliza, ocultando la gran problemática social que hay detrás de los acontecimientos sangrientos y desastrosos que se presentan a diario en este medio de comunicación.

Llama la atención que lo que en este medio se relata, compete más que todo a los sectores populares; pero aun mas lo que de estos se vuelve noticia, a saber lo que respecta a la parte judicial, a los sentimientos y pasiones humanas; dando como resultado una visión estereotipada de los mismos, desde estos aspectos, es decir, como si fueran los generadores de todos esos conflictos, merecedores de los sufrimientos y en espera de la caridad del bien público. Con lo cual se convierten en sectores excluidos. Como bien los señala Pardo (2008)

Los indigentes, los pobres, los desplazados, los grupos con empleos precarios, se representan cada vez mas estereotipados en la prensa, se muestran rodeados por unas ideologías que les asocian con la exclusión, la delincuencia, la suciedad, la pereza. Así cobra sentido su existencia para los sectores no excluidos, la fuerza pública, los grupos

sociales que se asumen como legítimos, la clase política, como mecanismo de expiación de culpas, justificador de las políticas sociales y económicas, fuente permanente de proyectos, y en definitiva sustentadores de una relación que mantiene el statu quo. (p. 233- 234)

De lo anterior se puede notar que existe una dualidad, entre los no excluidos, y los excluidos. Estos últimos vendrían siendo los habitantes de los sectores populares; que los hacen ver desde el punto de vista mediático, como delincuentes, drogadictos, ladrones, y seres conflictivos que no se acoplan al “bienestar” que no les “garantiza el Estado”, a través de los diferentes proyectos para apaciguar las necesidades, pero que obviamente no llega a satisfacerlas, para que mejoren la calidad de vida de estas personas. Que a pesar de todo lo que padecen tienen unas lógicas de convivencia, diferentes a las únicas que se presentan en la prensa sensacionalista *Q'hubo*, y que se convierten en una estrategia para representarlos, desde sus aspectos negativos, volviendo su padecer un espectáculo.

Compromiso social del *diario*

Pese a los varios prejuicios que alimenta, la prensa popular se ha legitimado como un espacio de elementos distintivos relacionados con la manera en que sectores populares se *leen* y leyéndose se *reconocen*. El *compromiso social* de este estilo de prensa es aún mayor que el de la prensa ‘seria’ o de ‘referencia’, pues se aproxima más que cualquier otra prensa a la ‘realidad’, las representaciones y las expectativas de la gente común. (Aparicio, 2008: párr. 2)

Siguiendo las afirmaciones de este autor sobre lo que proporciona la prensa popular a las personas que va dirigida y que se reconocen al leer dicha prensa. Nos atrevemos a preguntar por el punto que le sigue, esto es ¿Cuál es el *compromiso social* que esta prensa tiene con su

público? Entrarían en debate la forma desde -la qué y cómo- están siendo representadas; y no desde un juicio de valor, es decir, si está bien o mal la manera de hacerlo, sino la responsabilidad que tienen al mostrar las noticias con cierta retórica, donde se muestra el morbo, las pasiones, el dolor ajeno, etc.

Con esto, más bien le muestran a los sectores populares una representación abyecta de sus vidas, que no es lo que sucede con mayor frecuencia y cotidianamente en estos sectores. Pero es lo que le venden los medios y desde los cuales deben reconocerse y no como individuos trabajadores, que luchan por sacar a su familia adelante y no dejarse vencer por las políticas hegemónicas que muy poco les favorecen.

En este tipo de prensa también sucede lo que afirma Checa acerca del diario chileno *El Extra*, es decir,

...hay una presencia popular estereotipada, estigmatizada, victimizada, negativizada y esto por los roles que le son otorgados a los protagonistas populares al presentarlos como delincuentes, beneficiarios (de la caridad pública, privada o de Dios) como víctimas o testigos de diferentes hechos; pero raramente como actores contra la adversidad y en procura del bienestar personal, familiar o social. (2003, p. 75).

Referente a la responsabilidad del medio informativo en cuestión, cabe traer a colación lo que señala Martini, es decir, que: “no se trata de adjudicar -a los medios- las responsabilidades por la grave situación actual, sino de enfrentarlas con las jerarquizaciones y retóricas que se articulan en los discursos a través de los cuales se produce el reconocimiento de la actualidad.” (2000, p. 36)

Pues si de compromiso social se trata la prensa sensacionalista en su mayoría, hace énfasis en las notas de color, sangre tragedia, etc., lo cual viene en sus portadas y contraportadas.

Pero si se trata de mostrar la cotidianidad de las personas, recurre a una o dos páginas internas para el relato y las fotografías. Sin embargo en el corpus estudiado, no se encontró ninguna portada, que presentara un titular, para llamar la atención del lector y que prestara mayor atención a estas historias de vivencias de los actores populares.

Este aspecto de no aparecer en la portada o contraportada, desde un principio le resta importancia al actor en cuestión y por otra parte, esto no reivindica la forma de hacer noticia, ya que lo que queda al descubierto es su falta de compromiso con la educación de la sociedad, aunque bien podrían decir que esta no es su obligación, sino simplemente informar. Se debe tener en cuenta que este medio actúa en una sociedad, que exterioriza y aprende imaginarios a través de diferentes factores, y este medio se constituye en uno de ellos.

Conclusiones

A través de una mirada sobre los componentes sintácticos y semánticos se logró vislumbrar los valores y tratados de la opinión pública presentes en las portadas del diario *Q'hubo*. El estudio a nivel sintáctico permitió resaltar las categorías gramaticales referentes a persona, género, artículos; la elección y combinación que se hace en ese diario para referirse a los actores. Además, que la forma y estilo a la que recurren para representarlos, por lo general es el uso de objetos directos e indirectos, adjetivos calificativos, apelativos, y muy poco se usan los nombres propios.

Por su parte, el análisis a nivel semántico permitió obtener las estructuras globales presentes en las portadas, tanto a nivel verbal (titulares), como de las imágenes; dejando ver que los temas preferidos para difundir en sus portadas, son aquellos que informan sobre muertes (sobre todo por asesinatos), capturas, heridos, etc.

Además de los niveles anteriores, el nivel pragmático facilitó las herramientas que permitieron el abordaje de estructuras subyacentes, pertenecientes al público que conforman los sectores populares en Cartagena. De éstas se observó que se encuentran transformadas por la ideología de los que controlan el discurso público, y que muestran una mirada negativa de estos sectores que se refleja en las portadas.

En fin, los esbozos sintácticos, semánticos y pragmáticos sirvieron como medios para poner de relieve, todas aquellas estructuras que subyacen en los discursos de *Q'hubo*, y que sirven de base para hacer las representaciones de los sectores populares.

El análisis crítico del discurso dejó en evidencia los valores sociales, culturales, y por ende representacionales, que se reproducen de dichos sectores. Asimismo, permitió observar la ideología del periódico, que se camufla en las elecciones de los estilos, léxico, temáticas,

imágenes y diseños, con el fin de hacer una noticia fidedigna de lo que ocurre en estos sectores. Pero que gracias al estudio crítico, se vio qué clase de representaciones de los mismos son las que se legitiman.

En suma, se pudo constatar de la hipótesis planteada, que las representaciones semióticas de los sectores populares en las portadas de *Q'hubo* corresponden a una imagen negativa, estereotipada, estigmatizada, que induce a ver a sus habitantes como criminales, delincuentes, abusadores, víctimas de tragedias, etc. Es decir, los muestra desde un ángulo negativo, como seres despreciables debido a lo que acontece en sus barrios o partes cercanas a su ciudad de residencia.

Como consecuencia, la opinión pública sobre estos sectores surgirá desde este mismo ángulo, gracias al poder que ejerce todo el entramado discursivo presente en las portadas. Esto es, la reproducción de la ideología del medio de comunicación, en este caso, del diario *Q'hubo*.

En esto también confluyen las dinámicas discursivas que se muestran a través de la relación texto-imagen, y los tratamientos tecnológicos, dialécticos y pictóricos se confabulan junto con los temas y noticias (en su mayoría locales) para influir en los modelos cognoscitivos e interés del lector por este medio de comunicación. A su vez, esto lo convierte en consumidor y reproductor social de la <<opinión pública>> presente en esta prensa. De allí que tenga tanta acogida entre los sectores populares; lo cual no lo exonera de las representaciones abyectas y exageradas que hace de los mismos, sin permitirles otras oportunidades para observar sus aspectos positivos, presentes en su cotidianidad.

Referencias

- Alamar, I. (n.d.). *El verbo y sus complementos*. Recuperado de <http://www.elcastellano.org/ns/edicion/agosto/alar2.html>
- Alemán, C. (2009). *No confundamos apodos colectivos con gentilicios*. Recuperado de <http://bustill.blogspot.com/2009/04/no-confundamos-apodos-colectivos-con.html>
<http://www.elcastellano.org/artic/gentilicios.htm>
- Aparicio, J. (2008). *Sangre, Sudor y Sexo: aproximaciones hacia una identidad de la prensa sensacionalista en Colombia*. Cali, Colombia. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos57/prensa-sensacionalista/prensa-sensacionalista.shtml>
- Armentia, J. & Caminos, J. (2009). *El titular*. En Redacción informativa en prensa (pp. 143 – 172). Recuperado de http://books.google.com/books?id=P3IqIRobpFoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Cardona, L. (2010). *El papel de los nuevos formatos periodísticos impresos (Nuestro Diario) en la construcción social de la realidad en Cartagena y su influencia en el consumo de los medios de comunicación*. (Resumen del proyecto 2009-2010). Cartagena. Recuperado de http://201.234.78.173:8081/cvllac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=00012557
38
- Checa, F. (2003). *El Extra: las marcas de la infamia. Aproximaciones a la prensa sensacionalista*. Quito: Abya-Ayala.
- Chica, R. (2007). Especial para revista viernes. Recuperado de www.eluniversal.com.co/noticias/20070824/spl_vie_tan_bacano_como_tu.

Real Academia Española (2010). *Diccionario de la lengua española* (22 ed.). Recuperado de

<http://buscon.rae.es/draeI/>

Dijk, T. van (1990). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la*

información. Barcelona - Buenos Aires – México: Paidós Ibérica. Recuperado de

<http://www.discursos.org/oldbooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20La%20Noticia%20como%20Discurso.pdf>

Dijk, T. van (1994). *Discurso, poder y cognición social*. Cuadernos. N°2, Año 2. Recuperado de

<http://www.discursos.org/Art/Discurso,%20poder%20y%20cognici%F3n%20social.pdf>

Dijk, T. van (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.

Dittus, R. (2005). La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la

espiral del silencio. *Athenea Digital*, 7, 61-66. Recuperado de

<http://antalya.uab.es/athenea/num7/dittus.pdf>

Foucault, M. & Deleuze, G. (1995). *Un diálogo sobre el poder*. Barcelona: Anagrama.

Garcés, R. (2007). *La construcción simbólica de la opinión pública*. *Estudios sobre el Mensaje*

Periodístico, 13, 55-81.

Martin, Y. & Rendón, S. (2011). *En mayúsculas y al rojo vivo: estética de la crónica roja en*

Cartagena. (Monografía de grado). Universidad de Cartagena. Cartagena.

Martínez, F., Miguel, L., & Vázquez, C. (2004). *La titulación en la prensa gráfica*. Universidad

Nacional de la Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Recuperado de

http://www.perio.unlp.edu.ar/grafica1/htmls/apuntescatedra/apunte_titulacion.pdf

Martínez, J. (2011). *El uso social de los apodos como discurso sintético en las sociedades*

rurales. *Sociedad y Discurso*, 19, 49-71. Recuperado de

http://www.hum.aau.dk/~proj-forsk/SyD19/SyD19_martinez.pdf

- Martínez, J. (2004). *Aprovechamiento educativo y didáctico de los apodos del campo de Cartagena*. *Revista Murciana de Antropología*, 11, 261-274. Recuperado de <http://revistas.um.es/rmu/article/view/72851/70261>
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Norma.
- Morales, F. (2010). *Nociones de ortografía*. San Cristóbal, Venezuela: Servicios Bibliotecarios de la Universidad de Los Andes Táchira. Recuperado de http://servidor-opsu.tach.ula.ve/profeso/morale_f/len_y_com_a/i_2_e_u_mayus.pdf
- Nieves, J. (2003). *Vislumbres del Caribe: iconografías y textualidades híbridas en Cartagena de Indias*. Cartagena: Observatorio del Caribe Colombiano.
- Nuestro Diario* (2007). En: Archivos de blog o actualidad de creación y empresa: Nuestro Diario de Cartagena de Indias. Recuperado de <http://www.web-empresa.com.co/Blog/Creacion/nuestro-diario.htm>
- Pardo, N. (2008). *¿Qué nos dicen? ¿Qué vemos? ¿Qué es... pobreza? Análisis crítico de los medios*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia - Antiquus Editores.
- Reyes, T. (2001). *Estrategias de titulación en la página judicial del periódico El Universal de Cartagena*. (Monografía de grado). Universidad de Cartagena. Cartagena.
- Rodríguez, T. (2006). *Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas Semana y Cambio, 1998 – 2004*. *Signo y pensamiento*, 49, 145-159.
- Rojas, K. (2005). *Influencia del periodismo escrito sensacionalista del ámbito local en la formación de opinión de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo*. (Proyecto de investigación). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque (Perú). Recuperado de <http://sociologiadelacomunicacion.blogspot.com/2005/03/influencia-del-periodismo.html>

Saladén, Á. (2010). Representaciones sociales de la violencia en los titulares de portadas del periódico *Q'hubo* de Cartagena. Ponencia, VI Congreso Nacional de Estudios del Discurso ALED Colombia. Cartagena de Indias: Universidad de Cartagena.

Sunkel, G. (2001). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Norma.

Williamson, R. (2005). *¿A qué llamamos discurso en una perspectiva multimodal? Los desafíos de una nueva semiótica*. Santiago de Chile: Universidad de Ottawa. Recuperado de:
<http://fopie.educ.ar/capacitadores/Eje-1/Archivos%20Capacitador/Materiales%20de%20Lectura/4.%20Discurso%20multimodal.pdf>

Wodak, R. & Meyer, M. (2003). *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa.

Anexos

Anexos N° 1. Listado de gráficos

| | Pág. |
|--|------|
| Gráfico 1. Nominación general..... | 124 |
| Gráfico 2. Colores de letra del título principal..... | 124 |
| Gráfico 3. Resaltado del titular secundario..... | 125 |
| Gráfico 4. Resaltado del antetítulo y título secundario..... | 125. |
| Gráfico 5. Resaltado del antetítulo y títulos secundarios..... | 126 |
| Gráfico 6. Colores de letra en titulares secundarios..... | .126 |
| Gráfico 7. Colores de letra en titulares secundarios..... | 127 |
| Gráfico 8. Colores de letra en titulares secundarios..... | .127 |
| Gráfico 9. Letras de antetítulos del título principal..... | .128 |
| Gráfico 10. Resaltado del antetítulo del título principal..... | 128 |

Grafico 1.

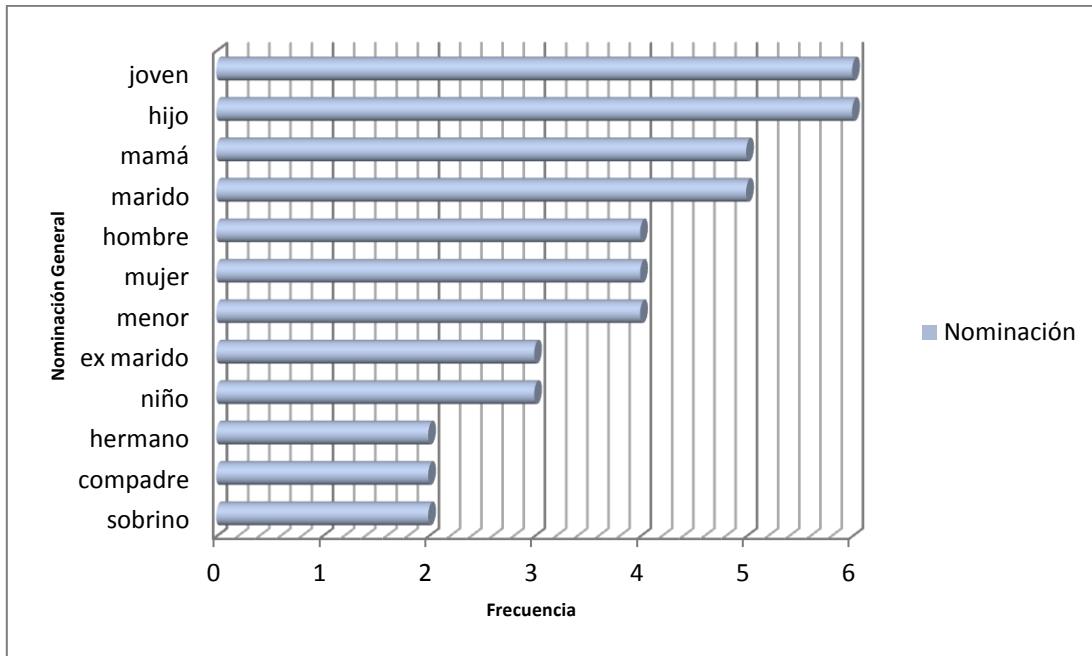


Grafico 2

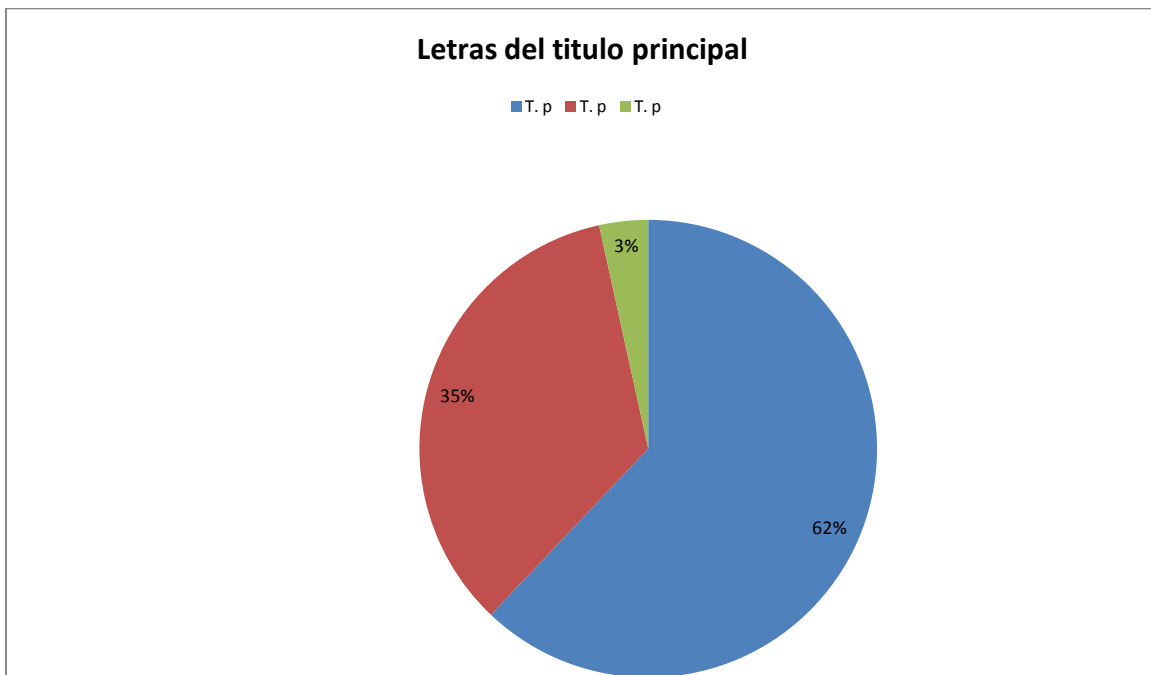


Grafico 3.

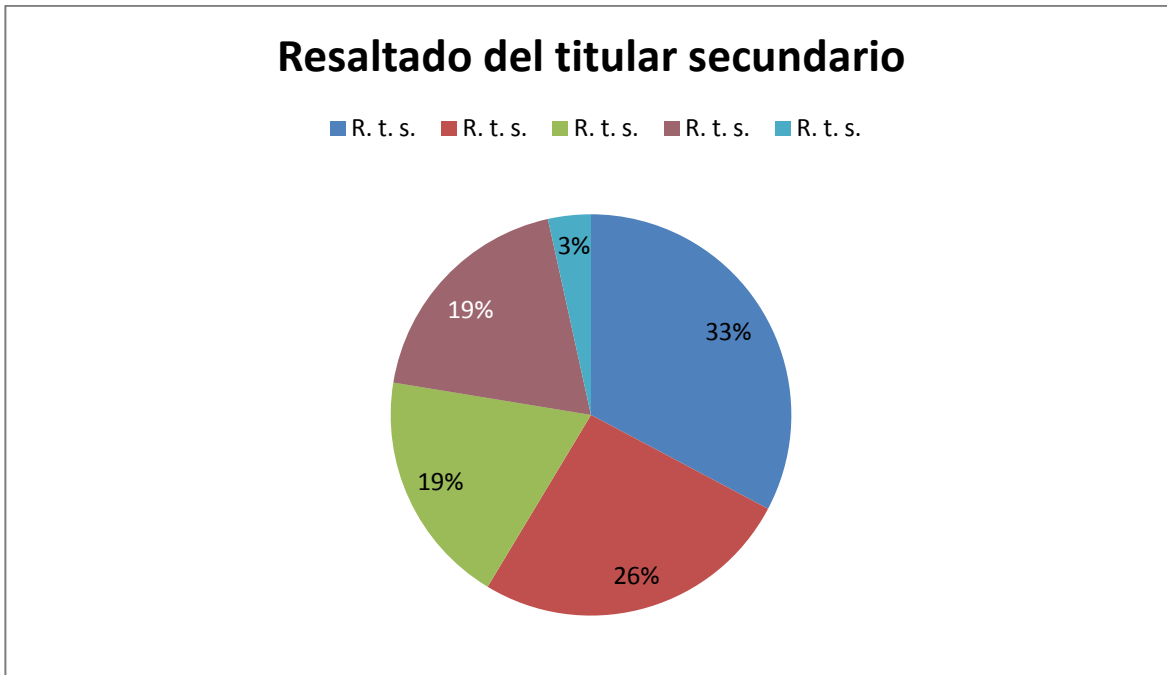


Grafico 4

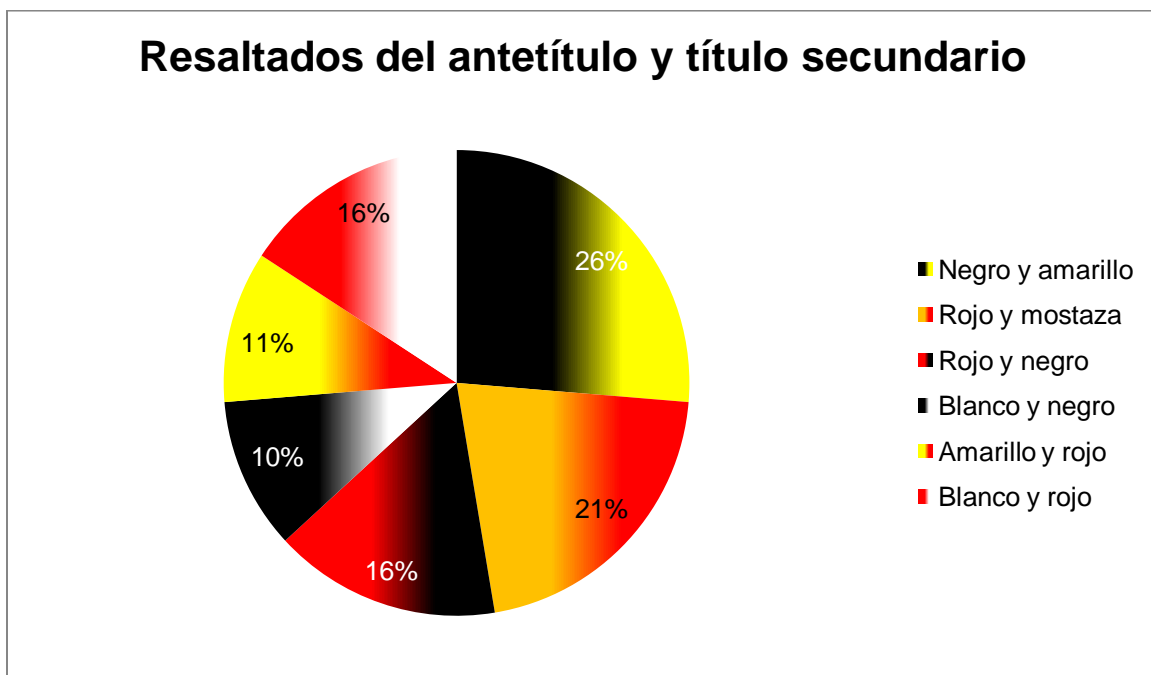


Grafico 5

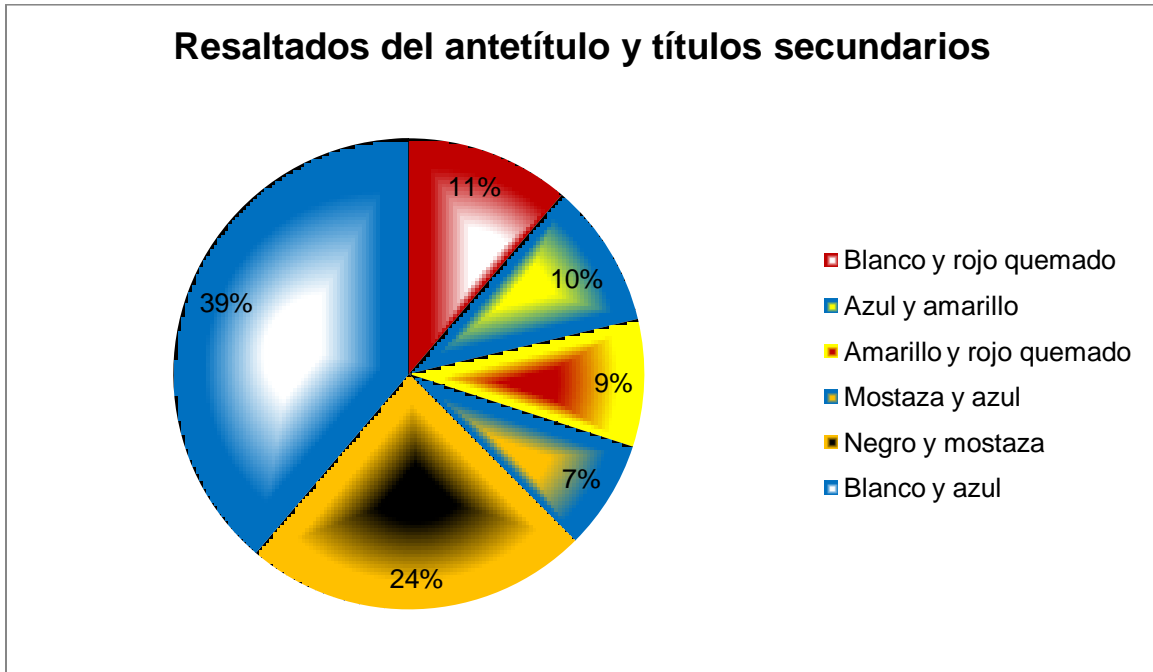


Grafico 6

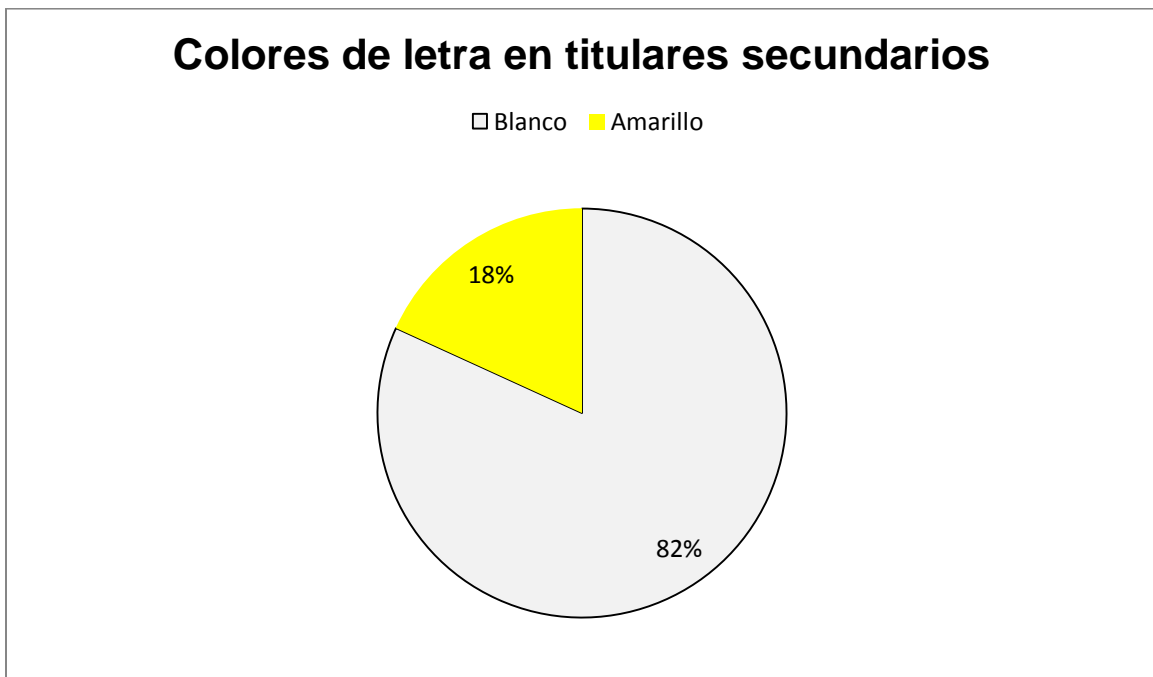


Gráfico 7

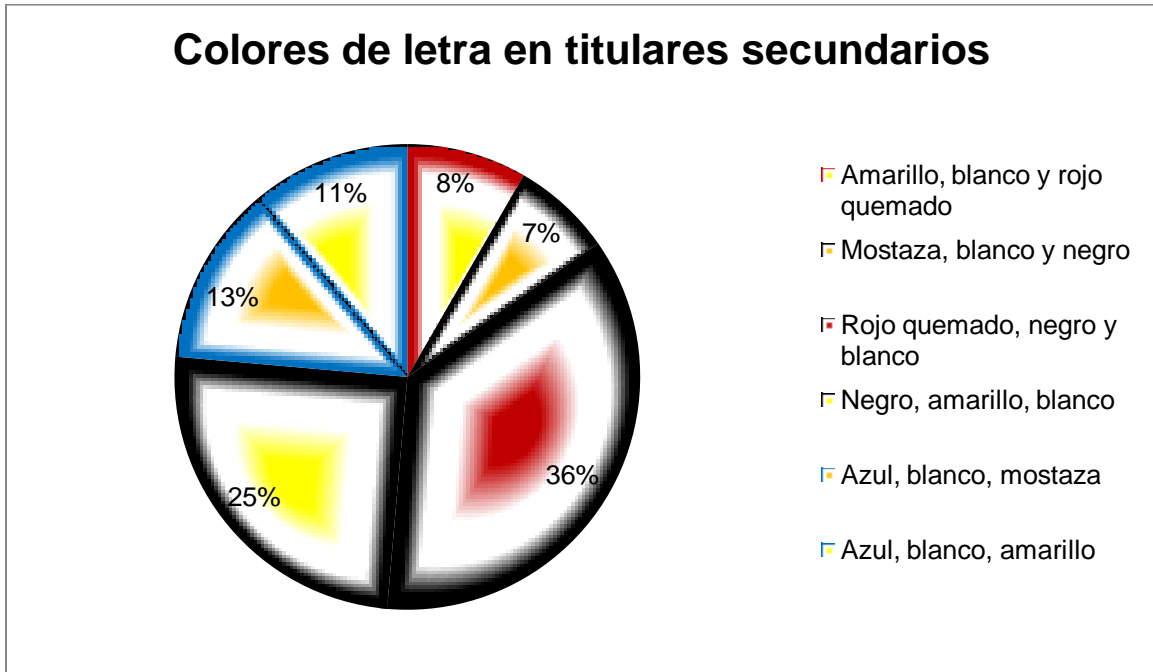


Grafico 8

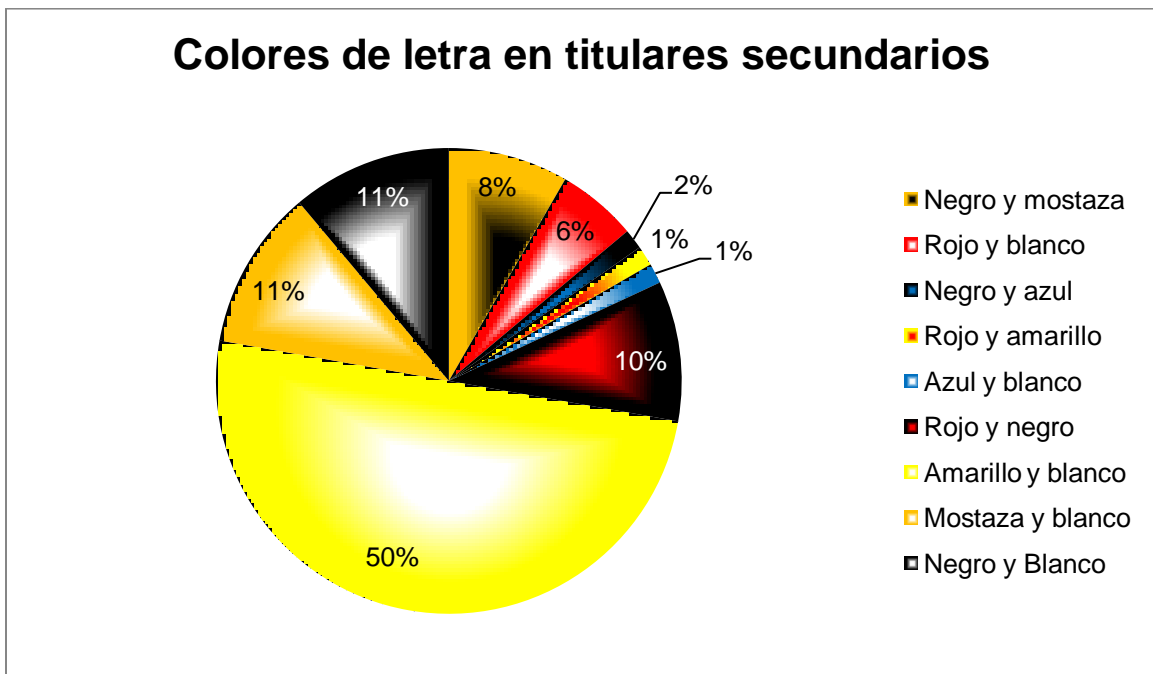


Grafico 9

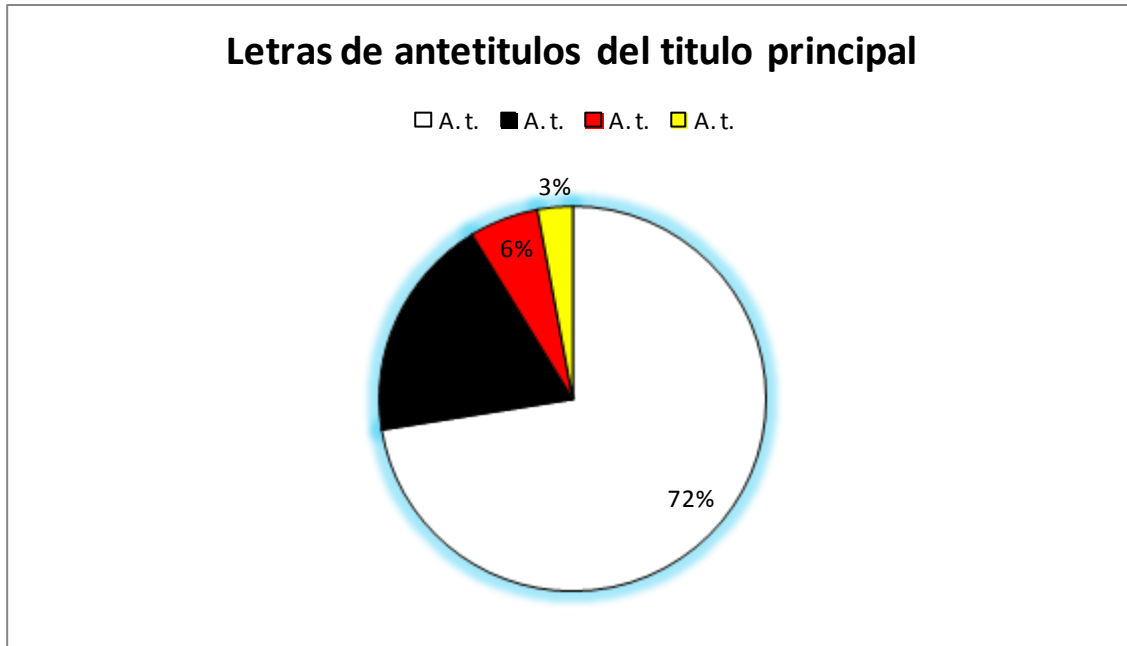
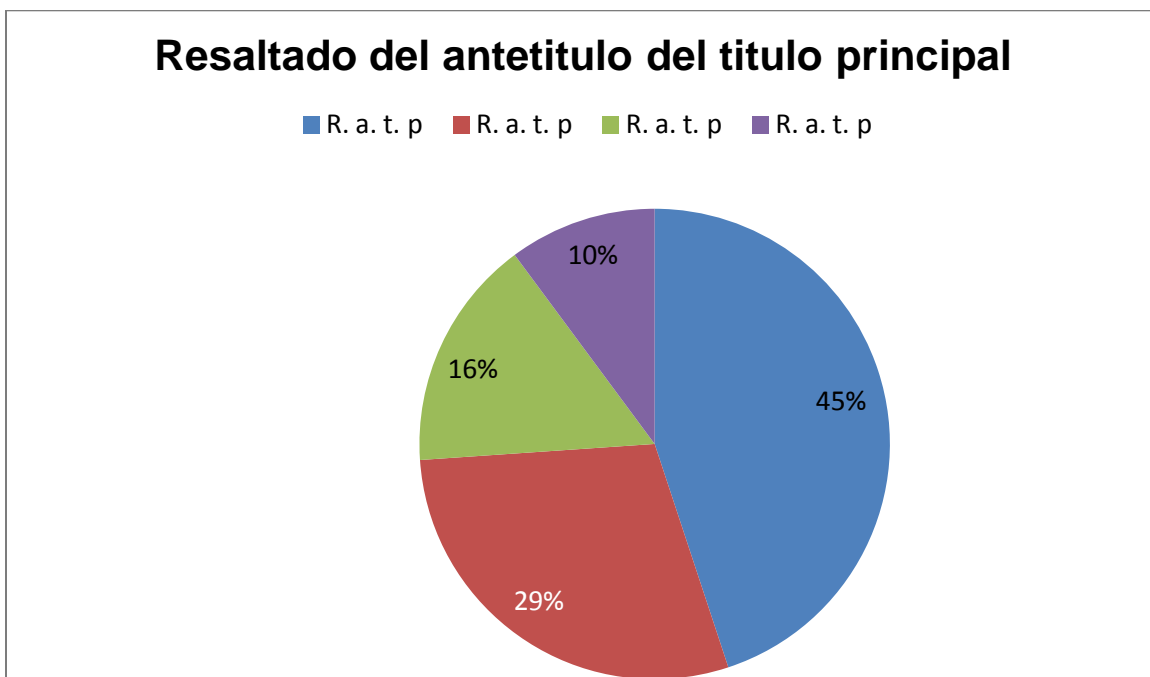


Grafico 10.



| | Pág. |
|---|------|
| Tabla 1. Formas de nominación de los actores en las portadas de Q'hubo..... | 30 |
| Tabla 2. Nominación de los actores por objeto directo e indirecto..... | 40 |
| Tabla 3. Los / la / las / el (lo) como artículos definidos en la portada..... | 45 |
| Tabla 4. La cuantificación en números y letras..... | 89 |
| Tabla 5. Temática de los titulares..... | 92 |
| Tabla 6. Enfoque de los titulares con y sin imágenes..... | 99 |

| | | | Pág. |
|------------------------------|--------------|---------------------|------|
| 1. Figura 1. <i>Q'hubo</i> | 02 / 01 / 10 | Año IV N° 938..... | 36 |
| 2. Figura 2. <i>Q'hubo</i> | 15 / 02 / 10 | Año IV N° 975..... | 36 |
| 3. Figura 3. <i>Q'hubo</i> | 09 / 02 / 10 | Año IV N° 970..... | 54 |
| 4. Figura 4. <i>Q'hubo</i> | 10 / 03 / 10 | Año IV N° 995..... | 54 |
| 5. Figura 5. <i>Q'hubo</i> | 16 / 01 / 10 | Año IV N° 950..... | 56 |
| 6. Figura 6. <i>Q'hubo</i> | 08 / 02 / 10 | Año IV N° 969..... | 56 |
| 7. Figura 7. <i>Q'hubo</i> | 26 / 01 / 10 | Año IV N° 958..... | 58 |
| 8. Figura 8. <i>Q'hubo</i> | 02 / 02 / 10 | Año IV N° 964..... | 60 |
| 9. Figura 9. <i>Q'hubo</i> | 04 / 03 / 10 | Año IV N° 990..... | 60 |
| 10. Figura 10. <i>Q'hubo</i> | 09 / 03 / 10 | Año IV N° 994..... | 61 |
| 11. Figura 11. <i>Q'hubo</i> | 22 / 03 / 10 | Año IV N° 1005..... | 61 |
| 12. Figura 12. <i>Q'hubo</i> | 01 / 03 / 10 | Año IV N° 987..... | 64 |
| 13. Figura 13. <i>Q'hubo</i> | 16 / 03 / 10 | Año IV N° 1000..... | 64 |
| 14. Figura 14. <i>Q'hubo</i> | 04 / 01 / 10 | Año IV N° 939..... | 66 |
| 15. Figura 15. <i>Q'hubo</i> | 08 / 03 / 10 | Año IV N° 993..... | 66 |
| 16. Figura 16. <i>Q'hubo</i> | 30 / 01 / 10 | Año IV N° 962..... | 69 |
| 17. Figura 17. <i>Q'hubo</i> | 03 / 02 / 10 | Año IV N° 965..... | 69 |
| 18. Figura 18. <i>Q'hubo</i> | 27 / 03 / 10 | Año IV N° 1010..... | 70 |
| 19. Figura 19. <i>Q'hubo</i> | 17 / 03 / 10 | Año IV N° 1001..... | 70 |
| 20. Figura 20. <i>Q'hubo</i> | 04 / 02 / 10 | Año IV N° 966..... | 72 |
| 21. Figura 21. <i>Q'hubo</i> | 05 / 02 / 10 | Año IV N° 967..... | 75 |
| 22. Figura 22. <i>Q'hubo</i> | 30 / 03 / 10 | Año IV N° 1012..... | 75 |

| | | | | |
|------------------------------|--------------|--------|--------------|-----|
| 23. Figura 23. <i>Q'hubo</i> | 19 / 03 / 10 | Año IV | N° 1003..... | 78 |
| 24. Figura 24. <i>Q'hubo</i> | 23 / 03 / 10 | Año IV | N° 1006..... | 78 |
| 25. Figura 25. <i>Q'hubo</i> | 21 / 01 / 10 | Año IV | N° 954..... | 79 |
| 26. Figura 26. <i>Q'hubo</i> | 24 / 02 / 10 | Año IV | N° 983..... | 79 |
| 27. Figura 27. <i>Q'hubo</i> | 06 / 02 / 10 | Año IV | N° 968..... | 82 |
| 28. Figura 28. <i>Q'hubo</i> | 11 / 02 / 10 | Año IV | N° 972..... | 82 |
| 29. Figura 29. <i>Q'hubo</i> | 01 / 02 / 10 | Año IV | N° 963..... | 110 |
| 30. Figura 30. <i>Q'hubo</i> | 17 / 03 / 10 | Año IV | N° 1001..... | 107 |

| | Pág. |
|---|------|
| 1. <i>Q'hubo</i> 20 / 01 / 10 Año IV N° 953..... | 31 |
| 2. <i>Q'hubo</i> 19 / 01 / 10 Año IV N° 952..... | 31 |
| 3. <i>Q'hubo</i> 07 / 01 / 10 Año IV N° 942..... | 31 |
| 4. <i>Q'hubo</i> 12 / 01 / 10 Año IV N° 946..... | 31 |
| 5. <i>Q'hubo</i> 30 / 01 / 10 Año IV N° 962..... | 31 |
| 6. <i>Q'hubo</i> 22 / 02 / 10 Año IV N° 981..... | 31 |
| 7. <i>Q'hubo</i> 22 / 02 / 10 Año IV N° 981..... | 31 |
| 8. <i>Q'hubo</i> 23 / 02 / 10 Año IV N° 982..... | 32 |
| 9. <i>Q'hubo</i> 14 / 01 / 10 Año IV N° 948..... | 32 |
| 10. <i>Q'hubo</i> 14 / 01 / 10 Año IV N° 948..... | 32 |
| 11. <i>Q'hubo</i> 21 / 01 / 10 Año IV N° 954..... | 32 |
| 12. <i>Q'hubo</i> 22 / 01 / 10 Año IV N° 955..... | 32 |
| 13. <i>Q'hubo</i> 23 / 01 / 10 Año IV N° 956..... | 32 |
| 14. <i>Q'hubo</i> 13 / 03 / 10 Año IV N° 998..... | 32 |
| 16. <i>Q'hubo</i> 04 / 01 / 10 Año IV N° 939..... | 33 |
| 17. <i>Q'hubo</i> 18 / 01 / 10 Año IV N° 951..... | 33 |
| 18. <i>Q'hubo</i> 21 / 01 / 10 Año IV N° 954..... | 33 |
| 19. <i>Q'hubo</i> 02 / 03 / 10 Año IV N° 988..... | 33 |
| 20. <i>Q'hubo</i> 10 / 03 / 10 Año IV N° 995..... | 33 |
| 21. <i>Q'hubo</i> 26 / 01 / 10 Año IV N° 958..... | 33 |
| 22. <i>Q'hubo</i> 27 / 01 / 10 Año IV N° 959..... | 33 |
| 23. <i>Q'hubo</i> 29 / 01 / 10 Año IV N° 961..... | 33 |

| | |
|--|----|
| 24. <i>Q'hubo</i> 31 / 03 / 10 Año IV N° 1013..... | 33 |
| 25. <i>Q'hubo</i> 04 / 02 / 10 Año IV N° 966..... | 33 |
| 26. <i>Q'hubo</i> 25 / 02 / 10 Año IV N° 984..... | 34 |
| 27. <i>Q'hubo</i> 12 / 03 / 10 Año IV N° 997..... | 38 |
| 28. <i>Q'hubo</i> 09 / 02 / 10 Año IV N° 970..... | 38 |
| 29. <i>Q'hubo</i> 19 / 02 / 10 Año IV N° 979..... | 38 |
| 30. <i>Q'hubo</i> 04 / 01 / 10 Año IV N° 939..... | 38 |
| 31. <i>Q'hubo</i> 09 / 01 / 10 Año IV N° 944..... | 42 |
| 32. <i>Q'hubo</i> 12 / 01 / 10 Año IV N° 946..... | 42 |
| 33. <i>Q'hubo</i> 10 / 02 / 10 Año IV N° 971..... | 43 |
| 34. <i>Q'hubo</i> 20 / 02 / 10 Año IV N° 980..... | 43 |
| 35. <i>Q'hubo</i> 05 / 02 / 10 Año IV N° 967..... | 44 |
| 36. <i>Q'hubo</i> 23 / 03 / 10 Año IV N° 1006..... | 44 |
| 37. <i>Q'hubo</i> 08 / 01 / 10 Año IV N° 943..... | 44 |
| 38. <i>Q'hubo</i> 20 / 01 / 10 Año IV N° 953..... | 49 |
| 39. <i>Q'hubo</i> 21 / 01 / 10 Año IV N° 954..... | 49 |
| 40. <i>Q'hubo</i> 03 / 02 / 10 Año IV N° 965..... | 49 |
| 41. <i>Q'hubo</i> 16 / 02 / 10 Año IV N° 976..... | 49 |
| 42. <i>Q'hubo</i> 27 / 02 / 10 Año IV N° 986..... | 49 |
| 43. <i>Q'hubo</i> 20 / 03 / 10 Año IV N° 1004..... | 49 |
| 44. <i>Q'hubo</i> 27 / 03 / 10 Año IV N° 1010..... | 49 |
| 45. <i>Q'hubo</i> 18 / 01 / 10 Año IV N° 951..... | 49 |
| 46. <i>Q'hubo</i> 25 / 01 / 10 Año IV N° 957..... | 49 |

| | |
|--|----|
| 47. <i>Q'hubo</i> 05 / 01 / 10 Año IV N° 940..... | 87 |
| 48. <i>Q'hubo</i> 05 / 01 / 10 Año IV N° 940..... | 88 |
| 49. <i>Q'hubo</i> 18 / 01 / 10 Año IV N° 951..... | 88 |
| 50. <i>Q'hubo</i> 06 / 02 / 10 Año IV N° 968..... | 88 |
| 51. <i>Q'hubo</i> 11 / 03 / 10 Año IV N° 996..... | 88 |
| 52. <i>Q'hubo</i> 09 / 01 / 10 Año IV N° 944..... | 89 |
| 53. <i>Q'hubo</i> 04 / 03 / 10 Año IV N° 990..... | 89 |
| 54. <i>Q'hubo</i> 24 / 03 / 10 Año IV N° 1007..... | 89 |
| 55. <i>Q'hubo</i> 18 / 02 / 10 Año IV N° 978..... | 90 |
| 56. <i>Q'hubo</i> 25 / 01 / 10 Año IV N° 957..... | 90 |
| 57. <i>Q'hubo</i> 23 / 03 / 10 Año IV N° 1006..... | 90 |
| 59. <i>Q'hubo</i> 29 / 03 / 10 Año IV N° 1011..... | 90 |
| 60. <i>Q'hubo</i> 02 / 01 / 10 Año IV N° 938..... | 93 |
| 61. <i>Q'hubo</i> 08 / 01 / 10 Año IV N° 943..... | 93 |
| 62. <i>Q'hubo</i> 14 / 01 / 10 Año IV N° 948..... | 93 |
| 63. <i>Q'hubo</i> 08 / 02 / 10 Año IV N° 969..... | 93 |
| 64. <i>Q'hubo</i> 20 / 01 / 10 Año IV N° 953..... | 94 |
| 65. <i>Q'hubo</i> 22 / 01 / 10 Año IV N° 955..... | 94 |
| 66. <i>Q'hubo</i> 07 / 01 / 10 Año IV N° 942..... | 96 |
| 67. <i>Q'hubo</i> 12 / 03 / 10 Año IV N° 997..... | 96 |
| 68. <i>Q'hubo</i> 13 / 03 / 10 Año IV N° 998..... | 96 |