

LA CARICATURA POLÍTICA COMO ALTERNATIVA DE OPOSICIÓN Y
CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA DURANTE LA TRANSICIÓN DEL
PRIMER AL SEGUNDO GOBIERNO DE ÁLVARO URIBE VÉLEZ.
ESTUDIO DE CASO: REVISTA SEMANA

LAURA ANDREA MORA ARDILA

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SENORA DEL ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIA POLITICA Y GOBIERNO
BOGOTÁ D.C, 2011

“La caricatura política como alternativa de oposición y construcción de opinión pública durante la transición del primer al segundo gobierno de Álvaro Uribe Vélez.

Estudio de caso: revista semana”

Estudio de caso

Presentada como requisito para optar al título de

Politóloga

En la Facultad de Ciencia Política y Gobierno

Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Presentada por:

Laura Andrea Mora Ardila

Dirigida por:

Vicente Torrijos Rivera

Semestre II, 2011

*A Dios porque lo que es imposible para mi es posible para él.
A mis padres que han sido mi compañía, mi apoyo, mis orientadores y a quienes les debo
todo, gracias por los momentos difíciles porque de estos aprendí el valor de la vida.*

AGRADECIMIENTOS

Le doy gracias a Dios y a mis padres, sin ellos nada de esto hubiera pasado, porque no sería lo que soy. Siempre serán mi mayor motivación y el ejemplo más grande para mi vida.

Gracias a mi familia por creer en mí, por apoyarme, por sus oraciones y por confiar en que esto sería posible. También a mis amigos de la infancia, del colegio ellos saben bien quienes son, gracias por todo. Gracias Omar, tu paciencia, apoyo y ayuda en todo no lo cambio por nada.

Mis más sinceros agradecimientos a la Universidad del Rosario y a todas y cada una de las personas que aquí conocí, porque me ayudaron a cumplir uno de los muchos sueños que tengo para mi vida. Mis amigos, a las que quiero mucho y que aun con sus diversas personalidades me hicieron muy feliz, Marianella, Natty F., Natty J., Carito, José, mil gracias por las experiencias vividas y por los triunfos compartidos, eso es lo que nunca se olvida.

Quiero dar un agradecimiento especial a mi profesor y director de este trabajo Vicente Torrijos Rivera, excelente maestro y persona que me ayudo con su comprensión y conocimientos a orientar y llevar a feliz término este trabajo de grado. Para mí es un honor haber trabajado con él, me siento muy satisfecha de los conocimientos aprendidos, tanto en las asignaturas que vi como en esta investigación. Mil bendiciones para él.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.	1
1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: MECANISMOS DE CONTROL SOCIAL Y DE OPOSICION.	4
1.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO MECANISMOS DE CONTROL.	4
1.2. LOS MECANISMOS DE CONTROL FRENTE AL EJERCICIO DE LA OPOSICION DEMOCRATICA.	8
1.3. EL ORDEN SOCIAL Y EL CONTROL.	13
2. LA CARICATURA POLÍTICA Y EL EJERCICIO DE LA OPOSICIÓN.	15
2.1. EL CONTROL Y LA OPOSICION EN LAS CARICATURAS.	15
2.2. ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LA CARICATURA POLÍTICA: EL ROL DE LAS CARICATURAS DE SEMANA EN EL PROCESO DE REELECCIÓN.	18
2.2.1. El contexto: La Reección de Álvaro Uribe Vélez y la revista Semana.	18
2.2.2. Análisis discursivo e iconográfico del discurso de la caricatura de Semana.	21
3. LAS CARICATURAS PUBLICADAS EN LA REVISTA SEMANA EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN CLIMA DE OPINIÓN PÚBLICA ALTERNATIVO.	39

3.1. LA OPINIÓN PÚBLICA	39
3.2. EL CLIMA DE OPINIÓN DURANTE EL PROCESO DE REELECCIÓN	42
3.3. LA CARICATURA FRENTE A LA CONSTRUCCIÓN DE UN CLIMA ALTERNATIVO DE OPINIÓN EN EL PROCESO DE REELECCIÓN.	45
4. CONCLUSIONES	52

BIBLIOGRAFÍA

LISTA DE GRÁFICOS Y TABLAS

	Pág.
Cuadro 1. Análisis del discurso de las caricaturas.	4
Caricatura 1. “Descubrimientos”.	25
Caricatura 2. “Embajadora de muy buena voluntad”.	27
Caricatura 3. “Aló, presidente”.	28
Caricatura 4. “Palacito presidencial”.	30
Caricatura 5. “Adhesión y aclaración”.	31
Caricatura 6. “Muy regalado”.	33
Caricatura 7. “‘Napoleón’, franco”.	35
Gráfico 1. Medios de comunicación, opinión pública y comunicación política.	46
Gráfico 2. La construcción de opinión pública.	51

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Caricatura. Vladdo. “El diablo Echeverri”. *Revista Semana*. 2004.

Anexo 2. Caricatura. Vladdo. “Sigue la función”. *Revista Semana*. 2005

Anexo 3. Caricatura. Vladdo. “Muy regalado”. *Revista Semana*. 2005

Anexo 4. Caricatura. Vladdo. “Palacito presidencial”. *Revista Semana*. Junio 12 de 2006

Anexo 5. Caricatura. Vladdo. “‘Napoleón’, franco”. *Revista Semana*. 2006.

INTRODUCCIÓN

La sociedad de masas, característica de las organizaciones en la actualidad, supone un reto frente a las dinámicas de la comunicación, la participación y la organización institucional de las Democracias modernas, que se encuentra dado principalmente por el rol que adquieren los medios de comunicación y los ciudadanos, estos últimos ahora más informados, más participativos y con mayor capacidad de acción.

En este último punto es en el cual se concentra el análisis de caso que se expone en el presente trabajo de investigación, no solo desde el enfoque de la ciencia política, sino a través de una observación interdisciplinar que toma elementos de la psicología, la sociología y el periodismo para determinar el rol que los medios de comunicación de masas adquieren hoy.

A través de un acercamiento a la caricatura, como parte de los medios principalmente escritos, se pretende observar el rol que estos asumen desde dos esferas, que aunque en principio parecieran propios del ejercicio de la ciudadanía, también se manifiestan en el trabajo que realizan los medios de comunicación de masas, a saber el ejercicio de la oposición y la creación de opinión pública.

Esto a la luz del proceso de reelección del ex presidente colombiano Álvaro Uribe Vélez, el cual representa la transición del primer al segundo gobierno del ex mandatario, quien será el primer presidente, desde la instauración de la Constitución Política del 91, que llega a ser reelegido.

Además de lo mencionado, se escoge este caso en particular por el desafío que supone ver la posición de los medios y la opinión pública frente a un gobierno tan fuerte, como el de Uribe Vélez.

Ahora bien para lograr entender la posición de los medios en los dos ejes de análisis mencionados, frente a la reelección, se escoge un medio puntual que es la revista Semana. Esto se explica por dos razones, la primera es el carácter político de este medio, dada su concentración en el análisis y la exposición en sus publicaciones de temas relacionados con este aspecto. Como segundo punto, por ser uno de los

medios en donde se le da un espacio preponderante a las caricaturas como una forma de expresión pública de una determinada opinión.

Para comenzar se hace un acercamiento a las funciones propias del periodismo, resaltadas por los autores Kovach y Rosenstiel, quienes exponen como algo fundamental de la labor del mismo que es el servir al ciudadano. Así mencionan dos funciones, que para el desarrollo de esta investigación son relevantes, la función de control y la de servir de foro público. Cada una relacionada con las unidades de análisis principales de este trabajo de investigación la oposición y la opinión pública.

Pasando de este acercamiento desde el periodismo, labor que llevan a cabo los medios de comunicación, aunque no de manera privilegiada, se llega a un análisis que corresponde a la ciencia política, referente a como ese control mediático puede pasar a ser leído como ejercicio de oposición. Aquí se ve no solo la posición de los medios, sino también de los ciudadanos, y la manera como estos últimos se encuentran representados en los medios.

Es necesario tener claro en qué medida la caricatura política, como parte de un medio de comunicación se puede entender como una forma de oposición. Esta conclusión se aleja mucho de la concepción colombiana del rol institucional de la oposición como ejercicio propio de los partidos políticos, pero no se contrapone a la misma. Aquí se tiene en cuenta autores como Badia y Pasquino, quienes teorizan en torno al concepto de oposición desde diferentes perspectivas.

A continuación, se hace un acercamiento a las caricaturas de la revista *Semana* en el período del que se ocupa este trabajo (2002-2006). De tal manera que se realiza un análisis discursivo, retomando autores como Van Dijk y el análisis iconográfico expuesto por Panofsky.

Aunque en principio, no se tenía previsto hacer uso de la teoría de este último autor, se hace necesario, en tanto permite explicar de mejor manera, no solo lo evidente de la imagen, relacionado con sus trazos y manifestaciones gráficas, sino también como estos se encuentran acompañados de una serie de mensajes, relacionados con su contexto, en este punto se une el análisis iconográfico con el discursivo.

Vale la pena resaltar dos elementos para entender el desarrollo de esta investigación. En primer lugar se escoge a *Semana* como caso de estudio por ser una revista que se enfoca en temas políticos fundamentalmente y además por la importancia de la caricatura en este medio. En segundo lugar aunque hay dos caricaturistas importantes dentro de la revista, solo se escogen las caricaturas realizadas por Vladdo en tanto hacen una referencia puntual a la reelección que es el tema fundamental de este trabajo.

Sin embargo dicho análisis se concentra en un punto específico, el ejercicio de la oposición a través de la caricatura, con lo cual concluye este capítulo para dar paso al trabajo sobre la segunda unidad de análisis, la opinión pública, que es un tema más complejo, dado el carácter mismo del concepto, que se entiende desde perspectivas distintas y que además que se relaciona con muchas manifestaciones y expresiones de la sociedad actual.

Asimismo, el desafío teórico que supone el tratamiento de este concepto enfrenta a la investigación cualitativa con la cuantitativa, esta última que aunque no se tendrá en cuenta en este trabajo no se puede ignorar. Sin embargo más allá de cualquier comprobación a través de la medición, lo que se pretende es unir dos modelos teóricos para crear uno que de explicación, del rol que adquieren los medios de comunicación en la construcción de opinión pública.

Estos modelos son tomados de los textos *Medios de Comunicación y Opinión Pública*, *Opinión Pública, comunicación y Política*, *Comunicación política y opinión pública: una aproximación teórica*, entre otros que hacen múltiples acercamientos a la definición, teorización y tratamiento de este concepto. Así teniendo clara la estrecha relación entre medios y opinión pública, se puede ver cómo actúan estos en la formación de esta última.

Finalmente se exponen las conclusiones orientadas a determinar si al cooperar en la construcción de un clima de opinión pública alternativo al oficialista, las caricaturas políticas publicadas en la revista *Semana*, durante la reelección de Álvaro Uribe, dan cuenta de una forma de oposición expresada en el control que ejercen los medios de comunicación.

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: MECANISMOS DE CONTROL SOCIAL Y DE OPOSICION.

1.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO MECANISMOS DE CONTROL

Para dar inicio, vale la pena hacer algunas referencias en torno a los medios de comunicación, que permitirán ir ubicando las dinámicas de los mismos en la sociedad. En primer lugar, es necesario hacer una observación a su carácter de organizaciones privadas que funcionan como empresas, sobre todo en la actualidad. Característica que no excluye a los medios de relaciones dentro y con el poder público.

En este inicio de milenio, los imperativos de mercado y de mercadotecnia suelen pesar mucho más que los de servicio para regir la conducta social y la sobrevivencia de estas organizaciones (los medios) complejas. Pero aun así, no dejan de tener relaciones y articulaciones institucionales y estructurales con la política, el Estado, las estructuras del poder¹.

En las relaciones entre los medios de comunicación y el poder es en donde se concentra este estudio, teniendo como base fundamental que estas no son solo desde el poder hacia los medios de comunicación, sino que vienen dados por el impacto que tienen los mismos como actores dentro del poder. Es decir que la relación es de doble vía.

Inicialmente, solo se tendrá en cuenta a dos actores que son por un lado el poder público y por otro los medios de comunicación, sin embargo no por esto se deja de lado un tercer actor que es la población, en tanto esta se ve de una u otra forma representada en las distintas dinámicas que ocupan a los otros actores².

El hecho que las relaciones entre estos actores sean variadas, por ende complejas, hace necesario que se reduzca aún más su estudio. Puntualmente nos

¹ Ver Sánchez Ruiz, Enrique. "Articulaciones de los medios de difusión con las estructuras de poder". En *Comunicación y Democracia*. 2004. p. 56

² Tanto dentro de la Democracia como hacia los medios de comunicación la población tiene un papel muy relevante, bien como publico espectador o como quienes participan y toman las decisiones políticas en primera e incluso en última instancia, por esta razón no es de ignorar su rol dentro del mapa de poderes. Algunos autores como Thompson han hecho un análisis un poco más sistémico de las relaciones entre estos tres frentes.

concentraremos en el rol de los medios como mecanismos de control del poder público. Ahora bien, antes de continuar con este tema, vale la pena anotar que como se mencionó anteriormente, las relaciones entre estos actores son de doble vía, por lo cual también hay un control de parte del poder público hacia los medios de comunicación, que no solamente se lee como negativo, es decir que no solo busca limitar su accionar sino que también está dado por incentivos que impulsan a los medios³.

Para abordar la situación del control desde los medios de comunicación hacia el poder público vale la pena comenzar por las dinámicas de los medios y del periodismo, este último como un elemento fundamental de los mismos. Como segundo punto es importante tener en cuenta que el control al que se hace referencia es de tipo social, distinto del control político, aspecto que se desarrollará más adelante.

Como primer punto se abordaran las dinámicas de los medios, en lo que tiene que ver con sus funciones o manifestaciones dentro de la sociedad con respecto al poder público. Bill Kovach y Tom Rosenstiel en su libro *Los elementos del periodismo*, mencionan como parte de la práctica de los medios de comunicación dos componentes que se hacen relevantes para efectos de este estudio. El primero hace referencia a la “vigilancia del poder y a dar voz al que no la tiene” y el segundo se refiere al papel del periodismo y los medios como “foro público”⁴.

En el análisis del primer elemento, se hace un acercamiento directo al tema del control ejercido por los medios de comunicación, es importante mencionar que de acuerdo con los autores, esta función de vigilancia y control llevada a cabo por los medios está relacionado directamente con el periodismo de investigación, el cual enfatiza en “el papel de denuncia de una prensa militante y reformadora”⁵.

³ Comparar Sánchez Ruiz. “Articulaciones de los medios de difusión con las estructuras de poder”. p. 62

⁴ Ver Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom. *Los elementos del periodismo*. 2003. pp. 153 y 181

⁵ Ver Kovach y Rosenstiel. “Vigilar al poder y dar voz al que no la tiene”. En *Los elementos del Periodismo*. p. 153

Sin embargo esta característica, propia del periodismo de investigación, no excluye a las otras manifestaciones propias del periodismo, en tanto que como parte de la sociedad y en el ejercicio de la actividad de información todas las formas de periodismo dentro de los medios de comunicación, requieren en sí mismas de alguna investigación, para dar a conocer el tema.

Ahora bien, es importante mencionar que el carácter de este control debe ser independiente del poder al que controla y vigila⁶, que puntualmente es el poder público o los altos mandos del poder. Esta característica independiente parecería relativamente obvia si se tiene en cuenta el carácter privado de la mayoría de los medios de comunicación en la actualidad, sin embargo en tanto que el gobierno y quienes detentan el poder político también tienen acceso, directa o indirectamente a los medios, esta característica tiende a ser difusa y por ende pierde importancia dentro del funcionamiento de los mismos, el elemento de control⁷.

El control que ejercen los medios de comunicación está dado por el compromiso que los mismos tienen con el ciudadano, y la importancia de que este último se encuentre bien informado con respecto a lo que hacen sus mandatarios⁸. Sin embargo para hacer más claro este aspecto se hace necesario abordar el concepto de control social, el cual plantea que

El control social es una función de inspección y vigilancia de los ciudadanos al ejercicio de la gestión de la administración pública; se entiende por gestión todos los procesos, procedimientos, objetivos, políticas expresadas a través de programas y proyectos; es decir todo lo relacionado con la cosa pública, también incluye a los servidores públicos y su trabajo⁹.

El control social es una forma de participación ciudadana. Este es llevado a cabo por grupos de ciudadanos, al igual que por algunos representantes de la población y por los medios de comunicación¹⁰. Estos últimos cumplen un rol muy

⁶ Comparar Kovach y Rosenstiel. "Vigilar al poder y dar voz al que no la tiene". p. 156

⁷ Ver Hernán, María Teresa. "El reto: redefinir el periodismo a partir de nuevos paradigmas". En: *La palabra desarmada. Futuro del periodismo en Colombia*. 2008. p. 60

⁸ Comparar Coronell, Daniel. "El periodismo: control ciudadano sobre los centros de poder" En: *La palabra desarmada. Futuro del periodismo en Colombia*. 2008 p. 94

⁹ Ver Alcaldía de Medellín. "Concepto de control social, en forma concreta y por ello un poco pragmática". Documento electrónico.

¹⁰ Comparar Cali como vamos "Que es el control ciudadano y su aporte al desarrollo". 2010 Documento electrónico

importante, en tanto que como grandes empresas u organizaciones son visibles tanto para la población como para la sociedad, y pueden hacer visibles las demandas que se generan en esta.

Es importante resaltar el objetivo que tiene el control social, que no solo consiste en hacer visibles la demandas frente al poder, sino que también pretende tener un rol fiscalizador del gobierno, para comprobar si se está cumpliendo o no con el compromiso propuesto al inicio del mismo y si es coherente con las dinámicas del Estado.

¿Cuáles son los propósitos del control ciudadano?

- Hacer visible y difundir al público información pública
- Recomendar medidas para hacer más transparente la información, las reglas de actuación y/o la toma de decisiones
- Denunciar o demandar judicial, disciplinario o fiscalmente, con fines de corrección y/o de sanción
- Criticar con fines de corrección o de sanción social
- Hacer seguimiento para verificar cumplimiento de actividades con fines de prevención, corrección o información al público
- Medir factores de desempeño institucional con fines de debate, crítica o corrección
- Promocionar compromisos éticos entre y/o con servidores públicos sobre asuntos generales o particulares de interés general
- Pedir rendición de cuentas a las autoridades¹¹.

Las diferentes funciones que cumple el control social que muchas veces está en manos exclusivas de los medios de comunicación, deben ir acompañadas de una ética de los medios y el compromiso de los mismos de estar en función de la ciudadanía, sin embargo, su carácter de empresas hace que en algunas ocasiones esto no se de cómo debería, dado que muchos de los medios de comunicación prefieren no ejercer el control en animo de proteger sus interés económicos¹².

Finalmente para hablar del espacio que tienen los medios para llevar a cabo este control, se puede retomar el segundo elemento mencionado con anterioridad que es desarrollado por Kovach y Rosenstiel acerca del periodismo como foro público.

¹¹ Ver Cali como vamos. “Que es el control ciudadano y su aporte al desarrollo”. Documento electrónico.

¹² Al respecto se ha hablado mucho del término autocensura de los medios de comunicación, que en beneficio de sus relaciones comerciales y económicas optan por omitir información relevante para la población civil. Esta discusión es desarrollada en varios de los artículos expuestos en el libro de. *La palabra desarmada. Futuro del periodismo en Colombia*. 2008.

De acuerdo con estos autores “el periodismo debe proporcionar un foro público para la crítica y el comentario”¹³, esto estará muy ligado al tema de la opinión pública como se verá más adelante. De esta manera se unen los medios con el ciudadano, a la vez que se encargan de que este último haga parte de las decisiones que se toman en beneficio o perjuicio del mismo.

1.2. LOS MECANISMOS DE CONTROL FRENTE AL EJERCICIO DE LA OPOSICIÓN DEMOCRÁTICA.

En el tratamiento de este tema se hace necesario primero hacer un acercamiento al concepto de oposición entendido dentro del ámbito de la democracia, para después enlazar este al ejercicio del control social, teniendo en cuenta que este último es mucho más amplio. Finalmente se hará un acercamiento al tema de la oposición en Colombia relacionándolo con el rol de los medios de comunicación.

El concepto de oposición ha sido trabajado por distintos autores, dentro de los cuales se encuentra Pasquino¹⁴, el análisis de este autor acerca del concepto que nos ocupa es bastante interesante en tanto que lo introduce en el marco de la democracia. Sin embargo antes de abordar la propuesta de este autor, vale la pena hacer referencia a un marco conceptual más general, que para efectos de este trabajo se complementará con el aspecto político. Así se puede decir que

En un sistema político democrático, (la oposición política) se puede definir como grupos de personas asociadas con intereses comunes, los cuales van a estar en contra de los intereses del grupo que detenta el poder político y que institucionalmente se reconocen como la autoridad política o económica¹⁵.

Ahora bien este concepto puede ampliarse, esto cuando la oposición se convierte no solo en un grupo que no está a favor del gobierno de turno, sino que

¹³ Ver Kovach y Rosenstiel. “El periodismo como foro público”. En *Los Elementos del Periodismo*. p. 185.

¹⁴ Ver Pasquino, Gianfranco. *La oposición*. 1998

¹⁵ Ver Bobbio, Matteucci, & Pasquino, 1991, pág. 1080. Citado en Cáceres Trimiño, Sergio Enrique. *La desaparición forzada en Colombia, un mecanismo Estatal para controlar y disciplinar la oposición política y a la sociedad en general*. 2008. p. 31

también supone una alternativa para la población, que busca al igual que el gobernante, tener acceso al ejercicio del poder¹⁶.

Dentro de la teoría de la oposición de Gianfranco Pasquino, se propone que: “[...] el funcionamiento de todos los regímenes políticos se explica eficazmente solo en la medida en que se explican las relaciones entre oposición y gobierno”¹⁷. De tal forma que se hace fundamental entender cómo se configura dentro de la democracia la oposición, que garantías tiene y hasta qué punto es efectiva dentro de la construcción del gobierno. No obstante antes de analizar este punto, que se hará en el caso particular de Colombia, se analizará el rol de la oposición en relación con el control social.

A partir de definiciones más amplias del concepto de oposición se puede ver como el ejercicio de la misma conlleva a hacer efectivo un tipo de control, de tal manera que la oposición “[se usa] para referirse a quienes en el juego político desempeñan, de hecho, la función de control y no de gobierno, es decir, que no despliegan la función de orientación política de las instituciones político-formales”¹⁸.

El tipo de control al cual se hace referencia aquí es el control social como se había mencionado previamente; de acuerdo con algunos autores este tipo de control se ha venido desarrollando dada la debilidad que hay en el control que se ejerce entre las instituciones políticas. De esta manera se crean formas alternativas de control que están basadas en los ciudadanos y en los medios¹⁹.

Hay que resaltar que la oposición se encuentra directamente relacionada con la participación política, es decir con la interacción que está legitimada, de acuerdo a cada forma de gobierno, entre gobernantes y gobernados. De tal manera que la participación política “esta lograda cuando se cristaliza en el ejercicio *libre y eficaz*

¹⁶ Comparar Cáceres Trimiño, Sergio Enrique. *La desaparición forzada en Colombia, un mecanismo Estatal para controlar y disciplinar la oposición política y a la sociedad en general*. p. 39

¹⁷ Ver Pasquino. *La oposición*. p. 41

¹⁸ Comparar Robert A., Dahl. 1966. Citado en Robert A., Dahl. “Political Oppositions in Western democracies”. 1966. Documento electrónico.

¹⁹ Comparar Peruzzotti, Enrique. “Controlando la Política. Ciudadanos y Medios en las Nuevas Democracias Latinoamericanas”. p. 3. Documento electrónico.

de la función de control de los asuntos públicos, he aquí el sentido profundo de la oposición y del papel que juega en la dinámica política”²⁰.

Ahora bien, la oposición institucionalizada se puede decir hace referencia a aquella que se inserta dentro de las dinámicas del gobierno propiamente, para el caso estaría dada por los partidos políticos que participan dentro del juego de poder que se da al interior del gobierno, que aspiran ser una alternativa de poder y que controlan las acciones del gobierno de turno.

Una democracia pluripartidista se fortalece cuando cuenta con un número adecuado de partidos, reconocidos y representativos, que participan en las disputas por el ejercicio del poder en el gobierno y, sobre todo, cuando producidos los resultados electorales, los perdedores, se constituyen en oposición y defensores de la democracia como afirmación y aceptación de la diferencia. Una buena democracia requiere de una oposición que haga control político y se construya, en el tiempo, como alternativa de gobierno²¹.

Sin embargo este concepto es más funcional para la organización del gobierno, es decir es una versión limitada del ejercicio de oposición, y es la que más se identifica en el país, aunque ese tema se abordará adelante

Los roles esenciales de la oposición partidista de establecer alternativas de gobierno como agentes excluidos del ejercicio del poder e influir en los procesos de elaboración de las políticas públicas a través de su posición parlamentaria, se refieren a una limitada *concepción neo institucional* que desconoce toda una diversidad de escenarios y herramientas de acción tales como los *medios de comunicación y las manifestaciones pública*²².

El concepto de oposición como se ha venido insistiendo hasta el momento abarca más en tanto que también está delegado a la población civil, “la *concepción democrática de la oposición* se encarna en instituciones más o menos organizadas pertenecientes a la *comunidad* es decir en *instituciones que la ejercen desde fuera de la estructura gubernamental*”²³.

Dentro del conjunto de estas organizaciones que se encuentran fuera de la estructura del gobierno, es decir no están institucionalizadas, (aunque esto no supone

²⁰ Ver Badia, Juan Fernando. “En torno a una teoría de la oposición en el sistema democrático liberal”. En Revista de estudios políticos. No. 173. 1970. p. 19. Documento electrónico.

²¹ Ver Medina Gallego, Carlos. “Democracias, partidos políticos y oposición”. Documento electrónico

²² Comparar Brack, Nathalie y Weinblum Sharon. “What do we mean by “political opposition”?: a theoretical perspective” p. 11. Documento electrónico.

²³ Ver Badia. “En torno a una teoría de la oposición en el sistema democrático liberal”. p. 25. Documento electrónico.

que sean ilegales), se puede identificar a los medios de comunicación que tienen dentro la sociedad un cierto poder que está dado bien por sus estructuras económicas o bien por sus recursos, en tanto que la información representa una clase de poder y los medios manejan la misma y logran influenciar la sociedad.

[...]El funcionamiento social de los medios tiene también dimensiones económicas y políticas que es importante no menospreciar [...] Los medios de difusión pueden analizarse en tanto recursos potenciales de poder desde luego, como medios de influencia potencial de índole ideológica y cultural y como recursos informativos, pero también como recursos económicos²⁴.

El rol de los medios de comunicación dentro del ejercicio de la oposición queda claro, si bien no suponen la limitación de convertirse en un elemento alternativo al poder, si permiten llevar a cabo el ejercicio de la participación política a través del control del ejercicio de gobierno. Es importante hacer una salvedad, y es que este funcionamiento es el ideal en los medios de comunicación pero no siempre es real, es decir no todos los medios de comunicación llevan a cabo este papel opositor, aunque sí muchas de las manifestaciones dentro de los medios estén orientadas a hacerlo.

Para concluir se hará referencia a la situación de la oposición en Colombia, para esto hay que dirigirse directamente al marco constitucional, en el cual se plantea la creación de un estatuto de la oposición, planteado por el artículo 112 de la Carta Constitucional.

Artículo 112. Los partidos y movimientos políticos que no participen en el Gobierno podrán ejercer libremente la función crítica frente a éste y plantear y desarrollar alternativas políticas. Para estos efectos, salvo las restricciones legales, se les garantizan los siguientes derechos: de acceso a la información y a la documentación oficiales; de uso de los medios de comunicación social del Estado de acuerdo con la representación obtenida en las elecciones para Congreso inmediatamente anteriores; de réplica en los medios de comunicación del Estado frente a tergiversaciones graves y evidentes o ataques públicos proferidos por altos funcionarios oficiales, y de participación en los organismos electorales. Los partidos y movimientos minoritarios tendrán derecho a participar en las mesas directivas de los cuerpos colegiados, según su representación en ellos. Una ley estatutaria regulará íntegramente la materia.

Como puntos fundamentales de lo mencionado por este artículo, se pueden destacar dos; en primer lugar la Constitución solo hace referencia a los partidos y

²⁴ Sánchez Ruiz. “Articulaciones de los medios de difusión con las estructuras de poder” p. 35.

movimientos políticos que no ganen en la contienda electoral, por lo cual presenta un marco restringido de ejercicio de la oposición. En segundo lugar también limita las acciones de crítica y control propias de este ejercicio al marco gubernamental.

Sin embargo, hay otra perspectiva acerca del ejercicio de la oposición en el país. Algunos analistas plantean que “la oposición real en Colombia la conforman los movimientos sociales, la guerrilla y las terceras fuerzas políticas que tienen por objetivo la participación y la toma de decisiones”²⁵.

Esta última consideración ha llevado a que en Colombia al hablar de oposición se haga en referencia a las guerrillas y los grupos insurgentes, aun cuando esto haya desvirtuado el acto de oponerse y ejercer control. “la misma noción de “oposición” se encuentra desvirtuada, asimilada casi exclusivamente al enfrentamiento radical y extremo contra el “sistema””²⁶.

De las dos nociones de oposición en Colombia junto con lo planteado previamente sobre el concepto, se puede ver que no solo los partidos políticos llevan a cabo la oposición ni tampoco las guerrillas. También la población civil juega en el país un rol relevante en lo que tiene que ver con el ejercicio de oposición, a través del uso de los mecanismos de participación.

Los mecanismos de participación pueden ser utilizados de manera opuesta. Por un lado, como instrumentos para hacer oposición real, dar los primeros pasos para una democracia directa y concientizar a los sectores populares. Por el otro lado, la clase dominante puede utilizarlos para legitimar sus decisiones, corresponsabilizar a los sectores populares [...]”²⁷.

De esta manera podemos concluir que a través de la participación ciudadana y el uso de los diferentes mecanismos de control y crítica al gobierno también se lleva a cabo la oposición en el país, esta también puede y esta de alguna manera liderada por los medios de comunicación que la hacen visible, no solo de parte de la población civil sino de la política en general que canaliza sus oposición a través de los medios de comunicación.

²⁵ Ver Barón Barrera, Guiller Andrés. *El Gobierno de la sombra: el arte de hacer oposición*. 2002. p. 52

²⁶ Ver Posada Carbó, Eduardo. “Oposición Democrática y Paz”. p. 3. Documento electrónico.

²⁷ Ver Barón Barrera. *El Gobierno de la sombra: el arte de hacer oposición*. p. 81

1.3. EL ORDEN SOCIAL Y EL CONTROL

Finalmente vale la pena agregar que el control social, no solo sirve para exigir la rendición de cuentas por parte de quienes detentan el poder, sino que también es un mecanismo útil dentro de la sociedad en tanto que permite la cohesión social a través de la unión de sentimientos comunes y de símbolos que unifican a las personas que están haciendo parte de la misma. Lo cual nos lleva a plantear que el ejercicio de control también puede ser entendido de parte de los medios no hacia el poder sino hacia la ciudadanía en pro del orden social.

Tanto la teoría crítica de la comunicación masiva como la funcionalista han relacionado la actividad de los medios masivos con el orden social. La primera atribuye a los medios masivos la <<función>> (o propósito oculto) de asegurar la continuidad de una orden social dado, mantener el control, establecer un amplio consenso de valores, integrar actividades, fijar a los individuos y los grupos en la sociedad (por ejemplo, Wright, 1960)²⁸.

Este análisis surge de la relación que hoy en día tienen los medios de comunicación con la política y la democracia, que aunque ha existido desde mucho tiempo atrás, hoy en día ha evolucionado dadas las diferentes dinámicas que son propias de las nuevas tecnologías que acercan más a la población a la política dado el mayor acceso a la información.

La relación democracia, comunicación y política tiene hoy en América Latina un escenario propio, singular y profundamente conflictivo [...] constituye un deber ciudadano indelegable comprender la doble dimensión que caracteriza hoy al fenómeno comunicativo estrechamente vinculado al ejercicio de la política en democracia²⁹.

Así, dentro de la sociedad los medios no solo cumplen un rol de accountability vertical, sino que también reproducen las estructuras propias del orden social. Este análisis se inserta dentro de una teoría sistémica, planteada por Denis McQuail, quien tiene en cuenta el papel que tienen los medios de comunicación dentro del sistema social.

De acuerdo con ese autor el orden desde su concepción amplia es un valor de cohesión social y armonía social, que se encuentra dado por un dominio social pero también por el dominio cultural. La acción de los medios se concentra más en el

²⁸ Ver McQuail, Denis. "Medios masivos, orden y control social". En *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*. 1998. p. 345

²⁹Ver Méndez, Ana Irene. "La comunicación en Democracia". Documento electrónico.

segundo, dando como resultado dos conceptos, el de socialización que se refiere a la enseñanza o aprendizaje de valores y modelos de conducta, según la representación simbólica que hacen los medios. El otro concepto es el de cultivo que es un proceso por el cual se proveen <<lecciones de realidad>> a través de los medios³⁰.

Dentro del estudio que hace este autor, también se tiene en cuenta el concepto de control, pero entendido dentro del orden social, que se relaciona directamente con el mantenimiento del orden público en la construcción y preservación del consenso. Así mismo se menciona el principio de la solidaridad que se refiere más a la identidad de grupo³¹. Estos dos conceptos surgen de la acción de los medios, pero sobre todo enfocados hacia el ámbito simbólico.

En este último aspecto es en el que se concentrará el análisis de la caricatura que se mostrará en el siguiente capítulo, aunque ya no solo hará referencia al elemento del control que ya ha sido analizado en el presente capítulo, sino que se verá el rol que tuvo la caricatura en el proceso de reelección de Álvaro Uribe, que es el propósito fundamental de este trabajo.

³⁰ Comparar McQuail. “Medios masivos, orden y control social”. p. 346

³¹ Comparar McQuail. “Medios masivos, orden y control social”. p. 347

2. LA CARICATURA POLÍTICA Y EL EJERCICIO DE LA OPOSICIÓN.

2.1. EL CONTROL Y LA OPOSICIÓN EN LAS CARICATURAS

Es preciso comenzar por definir el concepto de caricatura para llevar a cabo el análisis del rol de la caricatura frente a la política como parte de los medios de comunicación. Como características de la caricatura están el humor y la sátira, estas dos son las que permiten que la caricatura sea agradable a las personas que la observan y además que acompañada por los gráficos que le son propios, también sean entendidas por una mayor cantidad de personas.

Una primera aproximación a la definición del concepto de caricatura plantea que “es una imagen cargada de sentido que expresa el punto de vista de quien la realiza a través de la exageración, positiva o negativa, de las características psicofísicas de una persona o de la manera en que se desarrolló un hecho”³².

Otro acercamiento podría realizarse dirigiendo la mirada hacia el contenido de la misma, de esta forma se hace mayor énfasis en el complemento político. Así podría decirse que “la caricatura política es un modelo de síntesis de la realidad política, es la representación de la complejidad de los procesos políticos y sus actores, así como la manifestación de un periodismo de crítica que interpreta distintas facetas de la realidad”³³.

De esta manera la caricatura busca, por medio del humor, dar a conocer una situación o un personaje que en un momento determinado está siendo polémico o que llama la atención dado el contexto de aquel que hace la imagen. Surge otro punto importante a tener en cuenta, el elemento histórico, generalmente la caricatura se entiende dentro de su contexto inmediato, hace referencia a una situación que se está viviendo dentro de la sociedad en la cual se muestra. Esta característica también resalta algo relevante dentro del análisis de la caricatura y es que esta refleja una posición frente a la coyuntura del momento.

³² Ver Codebó, Agnese. “La oposición a un régimen represivo a través de la sátira, la caricatura y la historieta: la revista "Humor" y la dictadura argentina (1976-1983)”. Documento electrónico.

³³ Ver Velázquez, Dorantes María. “La caricatura Política”. 2006. Documento electrónico.

A través de la caricatura – según Jorge Palacio – se expresa, con humorismo e ironía, el juicio popular de los hechos y de los personajes, cuyo conocimiento es útil para interpretar la significación de las distintas corrientes de opinión en cada momento histórico y los artistas que han cultivado este género se han hecho acreedores al respeto y homenaje de la población, no sólo por los méritos generales e intrínsecos de sus trabajos y por la sagacidad de sus interpretaciones, sino también porque su oficio no siempre puede ejercerse con libertad y provecho personal³⁴.

Ahora bien, es necesario ver el lugar que ocupa la caricatura dentro de los medios de comunicación, con el objetivo de analizar si esta también puede cumplir el papel de ejecutor del control social que hacen los medios en general, y puntualmente de opositor.

Lo primero que hay que decir es que de acuerdo con algunos autores la caricatura no es en sí misma periodismo sino una forma de expresión de una opinión³⁵, esto hace que la información dada por la caricatura no sea del todo objetiva en tanto parte del punto de vista personal del caricaturista.

Sin embargo esta consideración no saca a la caricatura del periodismo, ni tampoco la limita en el rol de control social, en tanto que esta, como otras manifestaciones de los medios de comunicación que se entienden como de opinión, hacen uso de la información y de la investigación propia del trabajo periodístico para mostrar su trabajo.

En el caso de la caricatura, esta tiene en cuenta tanto el perfil del personaje que quiere mostrar como las circunstancias que propician una situación determinada y sus características, sin lo cual sería imposible entender la caricatura. Como ya se mencionó, es fundamental para la construcción de la imagen y el discurso propios de la caricatura, un conocimiento de la historia del momento.

Así las caricaturas “... han servido como fuente de inspiración para la sátira política, la propaganda y el diseño publicitario a través de revistas, carteles, pasquines y prensa en general”³⁶. Es decir que hacen parte fundamental de los medios de comunicación, y son una forma diferente de llevar a cabo el ejercicio del periodismo.

³⁴ Ver Palacio, Jorge. *Crónica del humor político en Argentina*. 1993. p. 251.

³⁵ Contratar “Sobre la caricatura”. Documento electrónico.

³⁶ Ver Pérez Gallego. *La Oposición Política en Colombia vista a través de la caricatura, 1810-1957*. 1999.

Para continuar con el presente trabajo de investigación es necesario extender el análisis de las caricaturas dentro del control social al ejercicio de la oposición propiamente. De esta forma se logrará abarcar de mejor manera parte del objetivo de este trabajo, que consiste en analizar de qué manera la caricatura política publicada por la revista *Semana*, en la transición del primer al segundo mandato de Álvaro Uribe Vélez, puntualmente en el período de la reelección, permitió dar cuenta de una forma de oposición.

De acuerdo con las distintas apreciaciones mostradas en el primer capítulo del concepto de oposición, puntualizando en que se habla de oposición política “para referirse a quienes en el juego político desempeñan, de hecho, la función de control y no de gobierno, es decir, que no despliegan la función de orientación política de las instituciones político-formales”³⁷. Se podría decir que las que llevan a cabo el ejercicio de oposición corresponden más al poder civil desde fuera del aparato estatal, como el caso de los medios de comunicación.

Pues bien la caricatura política como parte de los medios de comunicación, es un elemento que logra canalizar y hacer públicas las críticas y demandas sociales. De hecho funciona y ha funcionado siempre como un elemento de oposición, en tanto que enfatiza aquella situación polémica del momento y la lleva desde el humor, a través de imágenes sarcásticas que logran dar una nueva mirada a la problemática coyuntural³⁸.

Para corroborar lo mencionado, se puede hacer una pequeña referencia histórica acerca del carácter de la caricatura en Colombia, género que tradicionalmente en el país, ha sido usado como un elemento de expresión de opinión con respecto al gobierno de turno.

De hecho durante la época de 1875 a 1930 en el país, la crítica y el sarcasmo utilizado por muchos caricaturistas fue usado como un móvil político y como una

³⁷ Ver Robert A. Dahl, ed., “Political Oppositions in Western democracies”.1966. Documento electrónico

³⁸ No hay que dejar de lado la discusión ya presentada acerca del carácter subjetivo de la caricatura.

forma de expresión en medio de las censuras³⁹. Durante el siglo XIX en Colombia la caricatura apareció con gran impacto, aunque fue esporádica, en tanto que hasta ahora estaba iniciando el auge de la prensa escrita

En Colombia, específicamente, la caricatura surge con fuerza en el siglo XIX, anudada al auge de la prensa escrita y el desarrollo de las técnicas de grabado (González, 2009). Dado que en el país esto no es continuo, la producción de caricaturas en este periodo es esporádica, a pesar de que hay trabajos de ciertos caricaturistas que sobre salieron en su técnica y su crítica⁴⁰.

Sin embargo el análisis de las caricaturas no solo se puede hacer desde su situación dentro de los medios de comunicación, dado que no son muchos los medios que dan importancia a las mismas, sino que también es necesario profundizar en un análisis mucho más amplio que relacione el texto con el contexto, con lo cual hay que acercarse a un análisis del discurso que vaya acompañado de un análisis de las formas propias de la imagen.

Para este propósito se recurrirá a Panofsky, quien hace un acercamiento desde la iconografía a la forma y desde la iconología más al significado, este último aspecto se complementará con el análisis del discurso de Van Dijk y otros analistas de este aspecto.

2.2. ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LA CARICATURA POLÍTICA: EL ROL DE LAS CARICATURAS DE SEMANA EN EL PROCESO DE REELECCIÓN

2.2.1. El contexto: La Reelección de Álvaro Uribe Vélez y la revista Semana.

Para empezar a hacer un análisis de las caricaturas del período elegido con mayor precisión, se hace fundamental delimitar el contexto específico en el cual se ubica el estudio que es el proceso de reelección de Álvaro Uribe Vélez. Esta ubicación contextual permite no solo entender el momento que se estaba viviendo en el país, sino que justifica la selección de las caricaturas que se presentaran en el estudio que se llevará a cabo.

³⁹ Comparar González, Beatriz. "La Caricatura a Fines del Siglo XIX". En *Gaceta Colcultura*. No.32-33. Bogotá: Abril 1996. pp. 110-112.

⁴⁰Villaveces Niño, Juanita. Caricatura económica en Colombia 1880-2008: la economía con algo de humor. 2011. p. 26

Primero un acercamiento a la trayectoria política de Álvaro Uribe Vélez, la cual lo llevará al cargo de Presidente de la República. El ex presidente empieza su carrera política en 1977 cuando fue secretario general del Ministerio de Trabajo, en 1982 ocupa el cargo de Alcalde de Medellín, ciudad en la cual también sería concejal, para 1995 fue elegido Gobernador de Antioquia, tiempo después fue senador en dos períodos diferentes, y para el 2002 el elegido Presidente para su primer mandato⁴¹.

Ahora bien, durante este primer mandato es en el cual se empieza a tramitar la reelección. Esta propuesta fue liderada por el Partido de la U el cual se crea alrededor de la labor realizada por el gobierno de Álvaro Uribe y se articula “bajo el liderazgo de Juan Manuel Santos, Oscar Iván Zuluaga y Luís Guillermo Vélez”⁴².

Este proyecto tenía como objetivo proponer el referendo, que buscaba cambiar el artículo 127 de la Constitución para que de esta manera el Presidente Uribe pudiese ser reelecto en el período inmediatamente siguiente (2006-2010), proyecto que se da en un clima de fuertes discusiones políticas.

En un principio la iniciativa fue propuesta por los llamados “uribistas”, movimiento cuyos integrantes son principalmente disidentes del Partido Liberal y que ahora, convertida en proyecto intenta cuajar en medio de un clima de distensiones y acusaciones por supuestas presiones a congresistas por parte de La Registraduría Nacional y La Contraloría para votar en contra del proyecto⁴³.

La propuesta iniciada a principio del 2004 fue aprobada en Noviembre del mismo año por el Congreso y finalmente queda totalmente viable la posibilidad de reelección con la aprobación de la Corte Constitucional, casi un año después⁴⁴ Esta reforma tiene gran aceptación dentro de la población, siendo coherente con la popularidad de Uribe Vélez durante todo su primer mandato, la cual rondó siempre en el 70%.⁴⁴ Esta aprobación estuvo acompañada de la instauración de la ley estatutaria de garantías electorales, que tendría como objetivo hacer más equitativa la campaña, dado que el Presidente podría tener oportunidad de llevar a cabo su candidatura desde la presidencia.

⁴¹ Comparar Presidencia de la República. “ÁLVARO URIBE VÉLEZ”. Documento electrónico.

⁴² Ver Partido de la U. “Historia del Partido de la U”. Documento electrónico

⁴³ Ver “Avanza proceso de reelección presidencial en Colombia”. 2004. Documento electrónico.

⁴⁴ Ver Cidob “Álvaro Uribe Vélez”. Documento electrónico.

Para concluir la trayectoria política del ex presidente hasta el momento, vale la pena mencionar que finalmente el presidente Uribe Vélez es reelegido para el período de 2006-2010, con una votación tal que gana en primera vuelta con un porcentaje de 62,32% de acuerdo con la información dada por la Registraduría en 2006 año de las elecciones.⁴⁵

Ahora bien, en el ánimo de hacer más claro el contexto dentro del cual se desarrolla el presente trabajo, se hace necesario hacer mención de igual manera a la trayectoria histórica del medio escogido, revista Semana.

La revista se crea en 1946 con la idea del ex presidente Alberto Lleras Camargo, sin embargo en 1961 es cerrada hasta el año 1983 cuando Felipe Caballero la abre fundando la revista Semana, “desde su primer número logró imponer un periodismo vanguardista y analítico que rompió con los moldes de una prensa militante e ideologizada”⁴⁶. Esta revista se ha caracterizado por hacer énfasis en los temas políticos.

También es importante resaltar el carácter privado de este medio de comunicación, de hecho para que una persona tenga acceso a la revista en físico debe pertenecer a los suscriptores y cancelar anualmente un valor, esto es importante en tanto que limita en gran medida la cobertura de la revista, aunque actualmente la revista se encuentra en internet con el mismo contenido semanalmente, lo cual amplía la cantidad de personas que acceden a la misma.

Durante la presidencia de Álvaro Uribe hubo diferentes momentos donde se crearon discusiones entre el mandatario y la revista Semana, uno de los cuales está relacionado con los escándalos de corrupción en el DAS, denuncia realizada por este medio de comunicación⁴⁷, justo en el 2006, año de las elecciones que decidirían un segundo mandato del presidente Uribe.

⁴⁵ Ver “República de Colombia. Resultados Electorales. Elección Presidencial 2006”. Documento electrónico.

⁴⁶ Ver Biblioteca Luis Ángel Arango “Reseñas de las Revistas Semana y Cambio”. Documento electrónico

⁴⁷ Comparar Caracol “Uribe encara a directores de las revistas Cambio y Semana por denuncias de corrupción en el Das”. Documento electrónico

Para finalizar, es necesario hacer un acercamiento a los caricaturistas de la revista. En este análisis son dos los que se tienen en cuenta dado que durante el período a analizar son quienes aparecen en las publicaciones de este medio. El primero es Antonio Caballero, sus caricaturas relacionadas con el momento de la reelección son menos frecuentes que las del otro caricaturista, que es Vladimir Flórez, conocido como Vladdo, quien pone el foco de sus caricaturas en los temas políticos.

2.2.2. Análisis discursivo e iconográfico del discurso de la caricatura de Semana. Para realizar un análisis del discurso de la caricatura, es importante encontrar un modelo que aborde no solamente lo discursivo, sino también lo gráfico, aquello que es característico de la caricatura y que la hace diferente a otras formas de expresión, la imagen y su relación con el espacio y tiempo que vive la sociedad del momento. Teniendo en cuenta que “la caricatura es un medio de expresión que hace referencia a lo que está sucediendo cotidianamente en un país, o una situación específica que el autor critica [...] con cierto humor”⁴⁸.

Para lo discursivo se hace referencia a algunos autores con Van Dijk, quien propone dentro de su teoría sobre *El discurso como interacción social*, el análisis de la relación del discurso y la sociedad con el objetivo de establecer vínculos sociales entre los dos por medio de un estudio del discurso enfocado en 4 grandes ejes, que permiten una aproximación a las estructuras y jerarquías de interacción y prácticas sociales, incluyendo sus funciones en el contexto, la sociedad y la cultura.

Estos ejes son, primero el acto, la acción, que se subdivide en intencionalidad, perspectiva, implicaciones, consecuencias y componentes, y finalmente interacción. Segundo el contexto. En tercer lugar está el poder social, que es entendido como una relación que se da dentro de la sociedad, entre grupos o instituciones. Finalmente, como cuarto elemento, aparece un concepto que es muy importante dentro del análisis llevado a cabo por el autor y es la ideología.⁴⁹

La teoría de Van Dijk, es un acercamiento al análisis del discurso, sin embargo en busca de mayor especificidad se hará un acercamiento a otras

⁴⁸ Ver Villaveces. Caricatura económica en Colombia 1880-2008: la economía con algo de humor. p. 26

⁴⁹ Comparar Van Dijk, Teun, *El Discurso como Interacción Social*. 2000.

perspectivas de este tipo de análisis, como la planteada en el texto *Análisis del discurso de los medios*, aquí se propone una teoría que se acerca al análisis discursivo y se tiene en cuenta tres puntos

1. Contenido de un texto: En ocasiones puede resultar confuso
2. Relación entre discurso e ideología: La intención detrás del autor queda oculta. La producción de los discursos está condicionada ideológicamente de una manera muy determinada.
3. Es aconsejable distinguir entre la intención del hablante y la acción de su discurso.⁵⁰

Lo planteado hasta aquí puede complementarse con otras aproximaciones, como la realizada en el texto de Luis Cortés Rodríguez y María Matilde Camacho Adarve; *¿Qué es el Análisis del discurso?*, estos autores plantean una clasificación útil del texto que permite abordar de mejor manera el análisis del discurso. A saber, se distinguen cuatro categorías

- El Género: el tipo de texto que se va a analizar.
- Los Registros: corresponden a la manera o forma en la que se habla (familiar, coloquial, formal/medio, técnico-próximo, técnico-distante y solemne)
- Los Modelos Textuales: se refieren a divisiones de factores lingüísticos (narrativo, descriptivo, expositivo, argumentativo e instructivo)
- Los Sociolectos: consiste en los rasgos socio demográficos del emisor, su caracterización la cual permite conocer su status, su nivel de educación, etc.⁵¹.

Como segundo eje fundamental del análisis, está la teoría de Panofsky. Para comenzar conviene empezar por abordar el concepto de iconología, que es un término de origen griego que hace referencia a la rama de la historia que se ocupó tanto de la descripción como de la interpretación de las representaciones realizadas en las obras de arte⁵². El autor propone que la interpretación debe llevarse a cabo en tres niveles.

Panofsky entiende que el proceso de interpretación ocurre en 3 niveles secuenciales, estos son, el de la descripción pre iconográfico, que es requisito previo para que ocurra el segundo nivel de análisis o iconografía y este a su vez es requisito previo para que ocurra el último nivel de interpretación iconológico⁵³.

⁵⁰ Ver “Porqué, para qué y cómo hacer Análisis del Discurso de los medios de comunicación”. En: *Analizando los medios y la comunicación: teoría y métodos*. 2009. pp. 147-148

⁵¹ Comparar Cortés Rodríguez, Luis y Camacho, María Matilde. “Los condicionantes de la situación en la descripción tipológica de los discursos orales”. Universidad de Almería. Documento electrónico.

⁵² Comparar Gómez, María Elena. “La iconología, un método para reconocer la simbología oculta en las obras de arquitectura”. Documento electrónico. p. 5

⁵³ Ver Gómez “La iconología, un método para reconocer la simbología oculta en las obras de arquitectura”. pp. 8-10

El nivel pre iconográfico está relacionado con la descripción de lo que se ve, en este la persona que hace el análisis describe lo que perciben sus sentidos, es decir aquello que corresponde a la estructura de la imagen, las formas, las texturas, el dibujo como tal, sin escudriñar en el significado.

En el segundo nivel o iconográfico, la imagen pasa a ser interpretada, aquí se tiene en cuenta el contexto, las referencias históricas o sociales que hace el creador del dibujo, en nuestro caso particular la caricatura.

En el nivel de la iconología le corresponde al intérprete descubrir significados ocultos, que pueden estar más relacionados con la intención del creador de la escena, con la ideología y con otros detalles, este es el punto de unión entre el análisis del discurso y el análisis iconográfico, aunque en realidad pueden mezclarse de muchas maneras para lograr el objetivo de la investigación.

Así dentro del análisis de la caricatura se encuentran involucradas tanto el texto como los símbolos y signos, estos últimos no son necesariamente lingüísticos, sino que requieren de una correcta interpretación para ser entendidos de la mejor manera⁵⁴. Aunque la teoría de Panofsky es suficiente para hacer un análisis de las caricaturas, es necesario el análisis del discurso dado la opacidad.

Dada la opacidad que acompaña naturalmente dicho proceso (la práctica social que es el discurso), el análisis no solo es útil sino que se hace necesario.

La opacidad tiene que ver con aquello que está oculto en el discurso, de tal manera “el analista del discurso debería asumir que el contenido manifiesto de un texto puede en ciertas circunstancias ser un dato engañoso”⁵⁵.

Esbozadas las dos teorías de las cuales se nutre el análisis a realizar, se presentará un esquema para llevar a cabo el análisis de las caricaturas de revista *Semana*, y hacer relevantes aquellos elementos que permiten leer la caricatura presentada en este medio durante la etapa de reelección de Uribe como opositor de dicho proceso.

Dentro de este esquema se hará el análisis, y a partir del mismo se indagará acerca del rol o no de oposición, de acuerdo a características y rasgos constantes en la

⁵⁴ Comparar “Porqué, para qué y cómo hacer Análisis del Discurso de los medios de comunicación”. p. 135

⁵⁵ Ver “Porqué, para qué y cómo hacer Análisis del Discurso de los medios de comunicación”. pp. 144-145

caricatura, como objetivo final. Se han escogido de manera cronológica las caricaturas, en tanto que van de acuerdo al proceso por el cual paso el proyecto de la reforma. De igual manera fueron seleccionadas aquellas caricaturas que hacían mención, bien a la reforma como tal o bien a la presidencia y campaña del ex presidente Álvaro Uribe Vélez.

Cuadro 1. Análisis de las caricaturas.

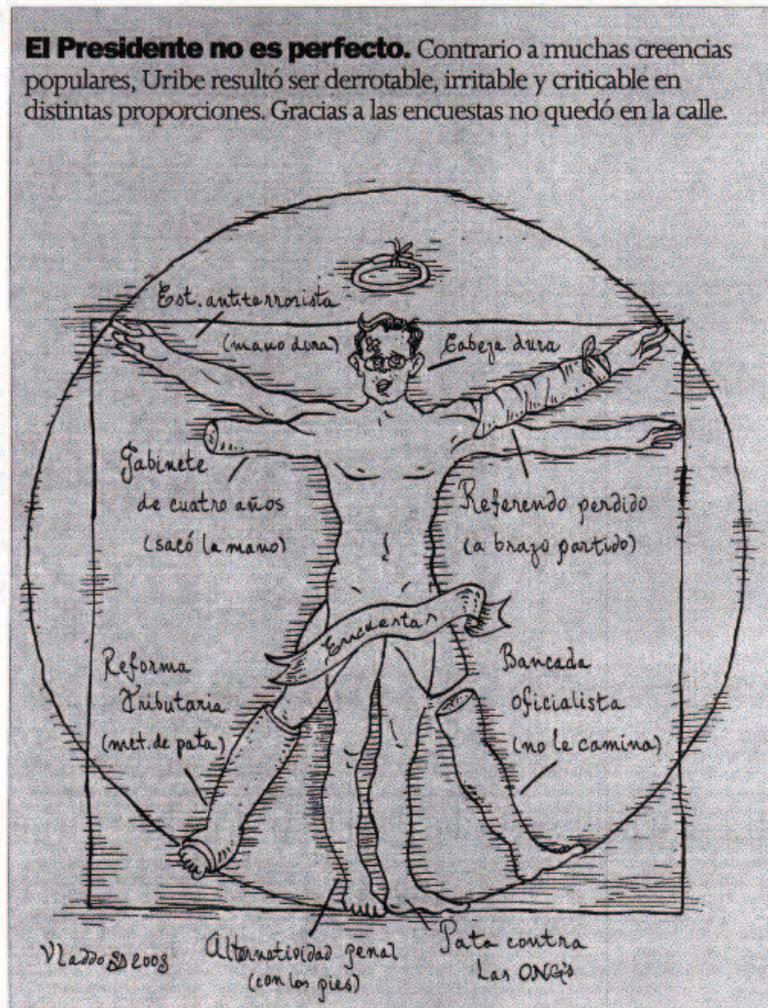
ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LAS CARICATURAS	
Pre- Iconográfico	Descripción de la imagen: formas, colores y texturas
Iconográfico – Contextual <i>Relación cronológica</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Género 2. Registro 3. Modelo textual 4. El Sociolecto
Iconológico- Ideológico (Discurso)	<ul style="list-style-type: none"> - Posición del emisor. - Relación del emisor frente a la situación.

Fuente: Creada con base en los elementos teóricos ya expuestos

Caricatura 1. “Descubrimientos”

DESCUBRIMIENTOS

Viadomanía presenta la lista de algunos de los más notables hallazgos que se produjeron en 2003, año en que se acabaron invictos, se destruyeron algunos mitos y varios invencibles fueron derrotados. No están todos los que son, pero sí son todos los que están.



190 DICIEMBRE 22, 2003 Semana

Fuente: Revista Semana Dic. 2003

“DESCUBRIMIENTOS”

Pre- Iconográfico

La imagen representada en esta caricatura es la del hombre de Vitrubio. Tiene como subtítulo “El presidente no es perfecto” y cuando se ve el personaje que conforma la

	<p>imagen corresponde al ex presidente Uribe, dado la fisonomía del mismo. Se resalta que es un hombre incompleto y con golpes y cortadas en el cuerpo, además de esto no se muestra por completo su desnudez.</p>
<p>Iconográfico - Contextual</p> <p><i>Diciembre de 2003: Se plantea la posibilidad de la Reelección, por medio de algunos uribistas, se resalta particularmente la labor de Noemí Sanín quien fue una de las primeras en plantear esta posibilidad.</i></p>	<p>1. El Género: Caricatura. Pertenece al género de opinión. Vale la pena resaltar en este caso tiene mucho contenido textual.</p> <p>2. Registro: En general en las caricaturas se habla en una forma coloquial. Sin embargo muchos de los términos mencionados en esta caricatura corresponden a términos propios del trabajo estatal como reforma tributaria, gabinete, entre otros que se combinan claramente con los coloquiales como “saco la mano”, “a brazo partido”</p> <p>3. Modelo textual: Corresponde en casi todas las caricaturas a un modelo descriptivo, en tanto busca describir los detalles de un suceso. Sin embargo en este caso es más expositivo.</p> <p>4. El Sociolecto: Esta caricatura es realizada por Vladdo, sus críticas frente al gobierno de Álvaro Uribe eran constantes y en su caricatura trata de hacer manifiesto sus ideas en torno a la persona que representa al presidente.</p>
<p>Iconológico- Ideológico (Discurso)</p>	<p>- Posición del emisor: Vladdo se caracterizó en la presidencia de Uribe por hacer énfasis en aquellas cosas con las que no estaba de acuerdo, esto se reflejaba en fuertes críticas que se surtían del humor y la sátira para ser más suaves al lector. En esta caricatura titulada “Descubrimientos” plantea una fuerte crítica a la imagen de Uribe como el salvador y hace énfasis especial en los defectos de su primer año de mandato.</p>

Caricatura 2. “Embajadora de muy buena voluntad”

Embajadora de muy buena voluntad



Fuente revista Semana Ene. 26 de 2004

“Embajadora de muy buena voluntad”

Pre- Iconográfico

Aquí aparece una mujer imaginando a un hombre. Inicialmente al ver al hombre se puede recordar a Napoleón, por el traje que lleva puesto. La mujer de acuerdo con la fisonomía y el título es Noemí Sanín, que como ya se había dicho, fue una de las personas que lidero el referendo de reelección, y que para el momento era embajadora de Colombia en España. Álvaro Uribe sería el hombre que está representado en la nube que simboliza el pensamiento de la embajadora

Iconográfico - Contextual

1. El Género: Caricatura.

Enero de 2004: Para esta fecha, puntualmente el 26 de enero de ese año, la propuesta de reelección es tramitada en el congreso Nacional.

2. Registro: Lenguaje coloquial. Usa un refrán popular para hacer mención a la intensión de la embajadora sobre la reelección.

3. Modelo textual:

Corresponde en casi todas las caricaturas a un modelo descriptivo, da a conocer una situación a través de la descripción grafica

4. El Sociolecto: También es realizada por Vladdo, aquí es muy importante resaltar la crítica sobre la influencia económica en el proceso de reelección. Dado que el ex presidente está en búsqueda de su billetera en respuesta a la propuesta de Noemí Sanín

Iconológico- Ideológico (Discurso)

En esta caricatura no se está haciendo énfasis en la crítica, sino que se intenta mostrar con humor lo que está sucediendo de cara al proyecto que estaba iniciando su proceso en el congreso.

Caricatura 3. “Aló, Presidente”



Fuente revista Semana Nov. 8 de 2004

“Aló, presidente”

Pre- Iconográfico	En esta caricatura aparece un hombre, con una especie de aureola que está amarrada con unas cuerdas, además el hombre tiene una especie de cura en la cabeza y se encuentra sentado hablando por teléfono. Por los rasgos del personaje se entiende que es el presidente Uribe Vélez, además que es común en las representaciones del caricaturista que el personaje aparezca con objetos como la aureola.
Iconográfico - Contextual <i>Noviembre de 2004: Para este momento el proyecto ya había sido aprobado por el congreso de la república, y había pasado a revisión por parte de la corte constitucional. Paralelamente, en Estados Unidos también se hablaba de reelección presidencial con el entonces presidente George Bush.</i>	1. El Género: Caricatura. <hr/> 2. Registro: Lenguaje coloquial. Aquí no se nutre de refranes o dichos populares sino que es una conversación más bien cordial entre dos mandatarios, esto se puede saber dado el contexto y la referencia a Kerry. <hr/> 3. Modelo textual: Descriptivo <hr/> 4. El Sociolecto: Este es un trabajo, al igual que el anterior, de Vladimir Flórez. Más que una crítica es una burla a la relación de Uribe con Bush, además también pretende vislumbrar que Uribe Vélez ya ve la reelección como una realidad, aunque es algo muy sutil.
Iconológico- Ideológico (Discurso)	En esta caricatura no se está haciendo una crítica, sino que se intenta hacer un mayor acercamiento a la figura del ex presidente y sus intenciones con respecto al proyecto de ley que se encuentra aprobado por el congreso.

Caricatura 4. “Palacito presidencial”



Fuente revista Semana Jun. 12 2006

“Palacito Presidencia”	
Pre- Iconográfico	<p>En esta caricatura aparece una construcción, la parte de abajo es la casa de Nariño, pero encima hay construido una especie de muro que tiene un gato, lo cual recuerda las antiguas construcciones egipcias.</p> <p>Es importante anotar que el caricaturista en publicaciones anteriores ha mostrado como se va construyendo esta nueva parte de la estructura del palacio.</p>
Iconográfico - Contextual	<p>1. El Género: Caricatura.</p>

Junio de 2005: en noviembre de 2004 se da la aprobación por parte del congreso del proyecto y estaba pendiente la aprobación de la corte constitucional.

2. Registro: Es un lenguaje coloquial, lo cual es común en la caricatura, no se ve ningún personaje sin embargo en la viñeta que lleva el mensaje se da a entender que quien habla es el presidente, como en todas las series anteriores.

3. Modelo textual: Podría decirse que es más expositivo, sin embargo también tiene algo de argumentativo por qué se justifica en función del contexto.

4. El Sociolecto: De nuevo, es una caricatura de Vladdo. En esta se resalta de nuevo una crítica a la manera en que se lleva a cabo el proceso de reelección, pero muy referida al tráfico de votos.

Iconológico- Ideológico (Discurso)

Se hace una crítica a la forma en el que el proyecto se está llevando a cabo. Apunta un poco a lo poco democrático del mismo, dado el tráfico de influencias por decirlo de alguna manera. Está muy relacionada con la segunda caricatura presentada en este trabajo. De nuevo el caricaturista apunta a criticar un poco la falta de control y también el desequilibrio de poder.

Caricatura 5. “Adhesión y aclaración”



Fuente revista Semana Sep. 5 2005

“Adhesión y aclaración”

Pre- Iconográfico	En esta caricatura se muestra un hombre con ciertas características físicas relevantes, como que usa gafas, poco pelo y parece más o menos de 40 o 50 años.
Iconográfico - Contextual <i>Septiembre de 2005: Para este momento hacia un año que el congreso había aprobado la reforma que permitía la reelección, y para el siguiente mes, es decir octubre de 2005 se da la aprobación por parte de la corte constitucional.</i>	<p>1. El Género: Caricatura.</p> <hr/> <p>2. Registro: el lenguaje es menos coloquial, aunque sigue usando frases como vigilaremos con lupa. Aquí se hace más referencia a los controles aunque no se hable directamente de ellos.</p> <hr/> <p>3. Modelo textual: Al igual que la anterior, no solo expone una situación sino que muestra la contradicción que critica a través de argumentos.</p> <hr/> <p>4. El Sociolecto: Realizada de igual forma por Vladdo. En esta se hace un énfasis especial en las implicaciones de la reelección con respecto a las garantías que tendrían los otros candidatos.</p>
Iconológico- Ideológico (Discurso)	Se hace una crítica a la candidatura de Álvaro Uribe Vélez sobre todo teniendo en cuenta que estando en el gobierno en el momento tendría una ventaja importante sobre los demás candidatos. También se toca el tema del rol que jugaran otros miembros del gobierno que tienen gran influencia.

Caricatura 6. “Muy regalado”



Fuente revista Semana. Año 2005

Muy regalado

Pre- Iconográfico

Esta caricatura hace alusión a la época navideña. Muestra a un personaje tradicional de esta festividad papa Noel, está haciendo un llamado de atención al otro personaje, que es un hombre ya mayor. Se hace referencia también a los regalos, característicos de la fecha.

<p>Iconográfico - Contextual</p> <p>2005: Para fines de este año se da la aprobación final por parte de la corte constitucional del proyecto. Además se aprueba un proyecto que acompañara las elecciones y es la Ley de Garantías Electorales, esta ley se crea con el fin de crear mecanismos para que los otros participantes no estén en desventaja frente a la candidatura presidencial.</p> <p>A partir de noviembre de este año Álvaro Uribe abandona el palacio presidencial para iniciar su candidatura para la presidencia del 2006-2010.</p>	<p>1. El Género: Caricatura.</p> <hr/> <p>2. Registro: en esta caricatura más que un lenguaje coloquial se maneja un lenguaje familiar, que está dado por la representación que se hace de papa Noel y el otro personaje que claramente es el ex presidente Álvaro Uribe.</p> <hr/> <p>3. Modelo textual: Descriptivo, dado que hace una descripción, valga la redundancia, de la situación del momento en cuanto al proyecto.</p> <hr/> <p>4. El Sociolecto: En esta, como en las caricaturas anteriores se puede notar un tono directo, en donde Uribe aparece pidiendo más regalos dada su expresión en época de Navidad, sin embargo la respuesta hace referencia a la decisión de la Corte Constitucional con respecto al referendo la cual fue de aprobación y se expresa con papa Noel como si este fuera un regalo de la corte.</p>
<p>Iconológico- Ideológico (Discurso)</p>	<p>Vladdo. Se destaca aquí la crítica que hace a la decisión de la corte constitucional quien sería la última entidad que hubiera rechazado el proyecto, situación que no se da.</p> <p>Hace una referencia al presidente Uribe de nuevo con una aureola pegada con una cuerda, en señal de que fue reparada.</p>

Caricatura 7. “Napoleón’ Franco”



Fuente revista Semana. Mayo 2006

“Napoleón’, franco”

Pre- Iconográfico

En esta caricatura lo primero que se ve es un hombre aparentemente vestido de soldado, montando un caballo de palo. Al acercarnos de manera más detenida, se puede ver que es el ex presidente Uribe, nuevamente aparece vestido en alusión a

	Napoleón, el caballo de palo se denomina como encuestas, se identifica al personaje por que de nuevo el caricaturista resalta su herida en la frente.
Iconográfico - Contextual	1. El Género: Caricatura.
2006: El 28 de mayo de 2006 Uribe vuelve a ser elegido presidente para el periodo 2006-2010, la votación es aproximadamente de 62,35% y es reelegido en primera vuelta.	2. Registro: El lenguaje aquí no es tan coloquial como en otras caricaturas del mismo autor, sin embargo es un poco más distante, aquí el personaje está solo y aparentemente habla con el caballo. Es interesante la posición del personaje y como su mano se encuentra oculta dentro de su chaqueta.
	3. Modelo textual: Es totalmente descriptivo aunque de fondo tiene un argumento muy fuerte en torno a la dictadura.
	4. El Sociolecto: Esta caricatura de nuevo esta realizada por Vladdo, en esta se hace referencia al triunfo de Uribe para su segundo mandato y se hace una crítica guiada hacia la tiranía.
Iconológico- Ideológico (Discurso)	Se destaca de las caricaturas de Vladdo su sátira, constantemente en sus dibujos hace comparable la figura del ex presidente con la de dictadores con Napoleón o Hitler, sobre todo con más fuerza desde que inicia todo el proceso de reelección. Esta crítica es dura y enfrenta al lector con las consecuencias que podría tener la reelección acompañada un poco de una figura de híper presidencialismo, tema que también es muy discutido en el gobierno de Álvaro Uribe Vélez por analistas políticos.

La conclusión final está orientada a determinar el ejercicio de oposición que llevaron a cabo las caricaturas de Semana frente a la reelección, para lo cual se retomarán varios aspectos expuestos en el presente trabajo. En lo planteado en esta investigación se vio que el ejercicio de la oposición está relacionado con la participación ciudadana y desde allí con el control social que ejerce la misma.

Para dejar más claro el rol de oposición de las caricaturas expuestas, se retoman algunas preguntas en torno al propósito del control social en función de lo mostrado en las caricaturas, para poder de esta manera concluir este capítulo afirmando el control y por ende la oposición que llevaron a cabo las caricaturas de Semana. Las preguntas entonces son

¿Cuáles son los propósitos del control ciudadano?⁵⁶

1. Hacer visible y difundir al público información pública: Se cumple este propósito en tanto que va dando a conocer al lector el avance de las propuestas, aunque no es del todo imparcial.

2. Criticar con fines de corrección o de sanción social: Este punto es muy visible en las caricaturas de Semana, hace énfasis precisamente en la crítica al proceso de reelección y en los efectos que genera, muy disiente es la última caricatura mostrada que da a entender que se podría llegar a una dictadura.

3. Hacer seguimiento para verificar cumplimiento de actividades con fines de prevención, corrección o información al público: Se podría decir que si hace un seguimiento al suceso y ataca fuertemente el incumplimiento de procedimientos.

4. Medir factores de desempeño institucional con fines de debate, crítica o corrección: La caricatura más que hacer una medición muestra el punto en el que se encuentra el suceso invitando a la reflexión a través del humor y la sátira.

5. Pedir rendición de cuentas a las autoridades: Al ser abiertas al público se busca de alguna manera llamar la atención del personaje, de ahí las constantes disputas entre el ex mandatario y este medio en particular. Así en parte la caricatura logra de esta manera llevar a cabo este rol de control.

Aunque en estricto sentido el control social no se remonta solo a lo propuesto por estas preguntas, en gran medida si logran condensar el objeto del mismo, y de igual manera hacen evidente el carácter de la oposición que llevan a cabo los medios de comunicación, que no se manifiesta en una alternativa al poder sino en una fiscalización del mismo a través de mecanismos sociales.

⁵⁶ Ver Cali como vamos “Que es el control ciudadano y su aporte al desarrollo”. Documento electrónico

En esta medida las caricaturas se vuelven mecanismos sociales que buscan hacer un llamado sobre la situación, en este caso particular, de una política de gobierno que afecta la estructura del Estado como es el caso de la reelección. Esto a través de la exposición de elementos de humor que critican y exponen las consecuencias más negativas del referendo reeleccionista y del presidente ahora candidato presidencial.

3. LAS CARICATURAS PUBLICADAS EN LA REVISTA SEMANA EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN CLIMA DE OPINIÓN PÚBLICA ALTERNATIVO.

3.1. LA OPINIÓN PÚBLICA

Para abordar el tema de la opinión pública es necesario acercarse a la diferenciación realizada desde la sociología y la política de las relaciones que se dan en la sociedad primaria y la sociedad de masas, teniendo en cuenta que es en esta última en la cual nos encontramos y en donde llegaremos a una definición más cercana de este concepto, para de esta manera poder determinar el rol que juegan los medios de comunicación dentro de las dinámicas que rodean la opinión pública.

Uno de los autores que menciona esta categoría de sociedad primaria o comunidad y sociedad de masa es Tonnies, concepto que también será desarrollado por Weber. Estos autores mostrarán las diferencias entre estos dos tipos de organización, desde la comunicación hasta la toma de decisiones⁵⁷.

Así, la sociedad de masas lleva a un cambio dentro de la concepción misma de opinión pública. Esto sucede, dadas las características de este tipo de sociedades, que hacen que la comunicación como tal se modifique y que los temas que afectan a las personas dentro de la sociedad sean cada vez más variados, esto también lleva a pensar que no hay temas comunes de decisión general.

La mayor parte de los autores, más que definir, prefieren describir las características de este tipo de sociedad y, entre las más importantes, suelen hacer referencia a la ausencia de vínculos entre unas personas y otras (anonimato), a la sociedad de individuo frente al resto de la sociedad y el Estado, a la impersonalidad en las relaciones humanas, que se traduce en sentimientos de inseguridad, angustia y soledad, a la pérdida del concepto autoridad y del sentido de lo sagrado (secularización), la tendencia a la homogeneidad y la nivelación, la erosión y desaparición de las asociaciones intermedias, la racionalización aparente a través de las organizaciones burocráticas, el auge de los símbolos, las formas y la imagen y la tendencia a la desintegración⁵⁸.

Dentro de este contexto, de la sociedad de masas es en donde se buscara la definición de opinión pública, lo cual requiere un esfuerzo académico especial, dado

⁵⁷ Comparar "Tipologías y clasificaciones". En: Braud, Philippe. *Sociología política*. 2000. p.3

⁵⁸ Ver González, Luís. "Opinión pública y comunicación de masas". *Revista española de la opinión pública*. No. 20. Abril- junio 1970. p. 137

el carácter del concepto que hace que se entienda de muchas maneras. Así el “obstáculo más común cuando se intenta una aproximación al concepto de opinión pública es el del conocimiento general.”⁵⁹

Por lo cual, la opinión pública puede entenderse como la suma de opiniones individuales, como la tendencia que registran las encuestas o como aquello que se discute públicamente. Para mostrar una de las definiciones, que más se ajusta al objetivo de esta investigación se ira de lo general a lo más particular, resaltando elementos importantes en cada definición, haciendo énfasis en el papel de los medios de comunicación.

Como un primer acercamiento de lo que es opinión pública se encuentra fundamentalmente la definición que se relaciona con la suma, es decir se entiende como una adición de una serie de opiniones privadas, sin embargo en esta acepción no se tiene en cuenta la discusión que debe darse para poder llegar al consenso que permita identificar este conjunto de opiniones como una sola.

La aceptación más común ha sido la que señala que es la suma de opiniones individuales sobre una cuestión de interés público, que ejerce cierta influencia en el comportamiento de un individuo, un grupo o un gobierno, y con lo cual se establece una correlación entre el ciudadano y su sistema político⁶⁰.

Dentro de esta concepción es necesario resaltar el rol de la política, como uno de los aspectos principales alrededor del cual se da la opinión pública, sin embargo este no debe ser considerado ni como el más importante ni como el único, dado que, como se verá más adelante el objeto de la opinión varía de acuerdo al contexto dentro del cual se encuentre los sujetos que debaten acerca del mismo.

Aunque es claro que no es posible desconocer la relación entre la política y la opinión pública, sobre todo porque es el eje fundamental de este análisis, y además en este tipo de sociedades en donde el ciudadano cambia su rol por uno mucho más activo y en donde, además muchas circunstancias en torno a los mismos permanecen en un constante cambio e influyen de muchas maneras la opinión de los individuos, dado el constante bombardeo de información.

⁵⁹ Ver Bachelard, 1948/1987: 23. Citado en: “Cap. 1 La Opinión Pública” en: *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. 2007. p. 3

⁶⁰ Ver Ochoa, Oscar. *Comunicación política y opinión pública*. 2000 p. 6

Podemos considerar que en la opinión de la sociedad influyen:

- El uso y la costumbre
- La religión
- La cultura
- La educación
- Los prejuicios
- Las actitudes
- La experiencia socioeconómica
- Los medios de comunicación masiva⁶¹.

Aún cuando esta última consideración, ya empieza a hacer referencia al impacto que tienen los medios de comunicación y el rol que desempeñan, es necesario ver otra consideración en torno de la definición de opinión pública. Justamente, algunas de estas hablan de este concepto en relación a su función dentro de la sociedad.

De esta manera, y muy relacionado por lo planteado en el primer capítulo de este trabajo, la opinión pública se relaciona con el ejercicio del control social, de hecho es desde la misma en donde se lleva a cabo este ejercicio ciudadano.

La opinión pública es considerada como expresión de la soberanía popular y como legitimación del sistema democrático y, aunque a veces algunos apelen a ella (junto a la prensa) como un poder especial (el cuarto poder), la opinión más que generalizada la entenderá como una fuerza política que vigila y controla todo lo que acontece en torno a la cosa pública⁶².

Esto puede llegar a mostrar otra relación entre medios y opinión pública, sin embargo este punto será analizado desde una perspectiva más directa, es decir, se quiere determinar el papel de los medios de comunicación en la construcción de la misma y no solo en su reproducción.

Finalmente se llega al concepto que más se acerca al objetivo de este trabajo y que además logra reunir elementos fundamentales de los acercamientos hasta el momento mostrados. Aunque parece el más general es el más claro, en tanto toca puntos que otras definiciones no tienen en cuenta, y además logra encerrar la característica fundamental de la opinión pública y que es su origen social.

Esta definición se basa en la trilogía sujeto-objeto-ámbito, de esta manera se propone definir la opinión pública como “la expresión de cualquier colectivo que tenga la capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado

⁶¹ Ver Ochoa. *Comunicación política y opinión pública*. pp. 138-139

⁶² Ver Ochoa. *Comunicación política y opinión pública*. p. 96

pero de exposición pública, en un ámbito socialmente visible”⁶³. Dentro de esta definición se destacan entonces cuatro elementos fundamentales, a saber:

1. Que se entiende por opinión.
2. Quien opina (sujeto).
3. Objeto sobre el que se opina (o “acerca de que” se opina).
4. Ámbito de manifestación de la opinión⁶⁴.

Además de esto, permite hacer dos apreciaciones relevantes, en primer lugar hace énfasis en que la opinión pública no se refiere a un aspecto que necesariamente esté relacionado con la opinión de la mayoría. Como segundo lugar, permite hacer manifiesto el rol de los medios de comunicación, en tanto que estos pueden hacer público un aspecto que corresponde a lo privado, o a una posición personal.

Hasta aquí queda dibujado el concepto de opinión pública, desde una perspectiva particular, sin embargo queda como reto comprender el rol de los medios de comunicación dentro del proceso de formación de la opinión, y cómo de esta manera se crea un clima de opinión alternativo frente al proceso de reelección de Álvaro Uribe.

3.2. EL CLIMA DE OPINIÓN DURANTE EL PROCESO DE REELECCIÓN

Para poder hablar de un clima alternativo de opinión pública, se hace necesario hacer una corta referencia al clima que había en el momento del proyecto de la reelección, para así determinar porque se habla de un clima alterno, que aunque no necesariamente es opuesto si puede derivar en esto, y es en este punto en donde se unificará lo planteado hasta el momento.

Aquí se tendrá en cuenta otro aspecto con el que se relaciona fuertemente la opinión pública, pero con el cual no se pretende encasillar el concepto, y es el relacionado con las encuestas de opinión, aún cuando no se quiere caer en el error de definir la opinión pública en función de los datos de la encuesta, en este punto es

⁶³Ver D’Adamo. Orlando. Beaudoux, Virginia. Freidenberg, Flavia. *Medios de comunicación y opinión pública*. p. 21

⁶⁴ Ver D’Adamo. Beaudoux. y Freidenberg. *Medios de comunicación y opinión pública*. 21

importante revisar estos resultados en el momento de la reelección para determinar el clima de opinión en general.

Como se había mencionado previamente en el segundo capítulo, la popularidad del ex mandatario Uribe, de acuerdo con las encuestas, rondó siempre en un porcentaje igual o mayor al 70%, lo cual reflejaba gran aceptación de sus políticas y en general de su gobierno.

El 28 de mayo de 2006 los colombianos reeligieron a su presidente Álvaro Uribe Vélez con una votación de 7.300.000 sufragios que le dieron el triunfo en la primera vuelta. Al ser éstas las primeras elecciones en implementar la posibilidad de la reelección presidencial, los altísimos resultados a favor de Uribe en las urnas demostraron que amplios sectores de la población aprobaban los primeros cuatro años de mandato del presidente y respaldaban la continuación de su estilo de gobierno por cuatro años más⁶⁵.

Es importante hacer un análisis general del gobierno de Uribe Vélez, con énfasis en su primer mandato, que es el que abrirá las puertas a la reelección y será el foco de atención de las caricaturas, como ya presento en el capítulo anterior del presente trabajo.

El desarrollo tanto de la campaña como del gobierno del ex presidente, en sus primeros cuatro años, estuvo marcado por una fuerte política que pretendía combatir las problemáticas que más aquejaban al país, a saber la violencia y la corrupción, de tal manera que “Uribe se erigió como el líder que, con mano dura, cambiaría radicalmente ese panorama”⁶⁶.

La campaña basada en puntos fundamentales, y el cumplimiento de estos manifestados en logros obtenidos durante su primer mandato, generaron que la popularidad del ex mandatario nunca descendiera manteniendo de esta manera un clima de opinión pública favorable a sus ideas, políticas y actuaciones⁶⁷.

Para lograr entender a cabalidad la situación del clima de opinión en el gobierno de Álvaro Uribe, es necesario ver el impacto que tiene sobre la opinión pública la comunicación política, que particularmente en este gobierno desarrolla

⁶⁵Ver González, Fernán. “El fenómeno político de Álvaro Uribe Vélez”. 2006. Documento electrónico.

⁶⁶ Ver González. “El fenómeno político de Álvaro Uribe Vélez”. Documento electrónico

⁶⁷ Comparar González. “El fenómeno político de Álvaro Uribe Vélez”. Documento electrónico

diferentes estrategias que permiten de igual manera mantener la solidez en la opinión sobre el mandatario.

El gobierno del Presidente Álvaro Uribe Vélez es un régimen donde se hace fundamental diseñar y ejecutar estrategias de comunicación política para establecer y mantener relaciones de mutua dependencia con los gobernados[...] Además de la interacción mediática el primer mandatario se sirve, cada que le es posible, de mecanismos de interacción cara a cara en los denominados Consejos Comunitarios, reuniones que realiza periódicamente en campos y ciudades en las que tiene la posibilidad de establecer contacto directo con las comunidades⁶⁸.

Estas y otras estrategias de comunicación como, encuestas de sondeos para verificar la percepción del ciudadano sobre el gobierno, permitirán al mismo mantener un clima de opinión pública favorable, que intenta satisfacer a la población acercándose a sus necesidades más inmediatas y desviando la importancia de hechos que pudieran afectar su popularidad o favorabilidad.

Jugadas presidenciales que no son aisladas. Más bien responden a una elaborada estrategia de comunicación política que desvía la atención de hechos fundamentales y concentra la mirada de medios y opinión pública general en asuntos de menor importancia y de poca significación política⁶⁹.

De esta manera se vislumbra como las estrategias políticas junto con la aceptabilidad de la presidencia de Álvaro Uribe permiten configurar el clima de opinión para el momento de la reelección, en donde la gran mayoría de la población apoyaba el gobierno y su continuación cuatro años más con lo cual aquellos que tuvieran otro punto de vista, pertenecían a una minoría que tenía una posición alterna a la dominante.

En este punto es donde ubicaremos la revista *Semana*, fundamentalmente el trabajo de los caricaturistas, que buscaban mostrar el lado menos positivo del gobierno y de la reelección de Uribe Vélez, como se vislumbró en el análisis realizado a las caricaturas.

⁶⁸ Ver Gómez Giraldo, Juan Carlos. *Del régimen de comunicación Política en el Gobierno del presidente de Colombia Álvaro Uribe Vélez: un estudio de caso*. Trabajo monográfico. 2005. p. 135

⁶⁹ Ver Gómez Giraldo. *Del régimen de comunicación Política en el Gobierno del presidente de Colombia Álvaro Uribe Vélez: un estudio de caso*. p. 137

3.3. LA CARICATURA FRENTE A LA CONSTRUCCIÓN DE UN CLIMA ALTERNATIVO DE OPINIÓN EN EL PROCESO DE REELECCIÓN

Para terminar esta investigación, es necesario hacer mención al cómo los medios de comunicación, dentro de los cuales se desarrolla la caricatura política, pueden llegar a generar un clima de opinión público alternativo en el momento de la reelección. Es válido resaltar que no se pretende demostrar que esto sucedió, sino más bien hacer un acercamiento teórico al rol de los medios en la formación de opinión pública.

En primer lugar, es importante resaltar que existe un fuerte vínculo entre la opinión pública y los medios de comunicación, sobre todo en la sociedad de masas que es la sociedad dentro de la cual se encuentra el ciudadano actual, esto lleva a que el rol de este sea más activo y que este tenga mayor acceso a múltiples informaciones.

No puede pasar desapercibido el papel de los medios de comunicación de masas [...] La posibilidad de hacer públicos ciertos eventos de origen privado, sean o no referidos a personas públicas, adquiere una dimensión cualitativamente distinta cuando intervienen los *mass media*... A partir de la aparición de los primeros medios de comunicación masivos, la opinión pública ha quedado por siempre ligada a ellos⁷⁰.

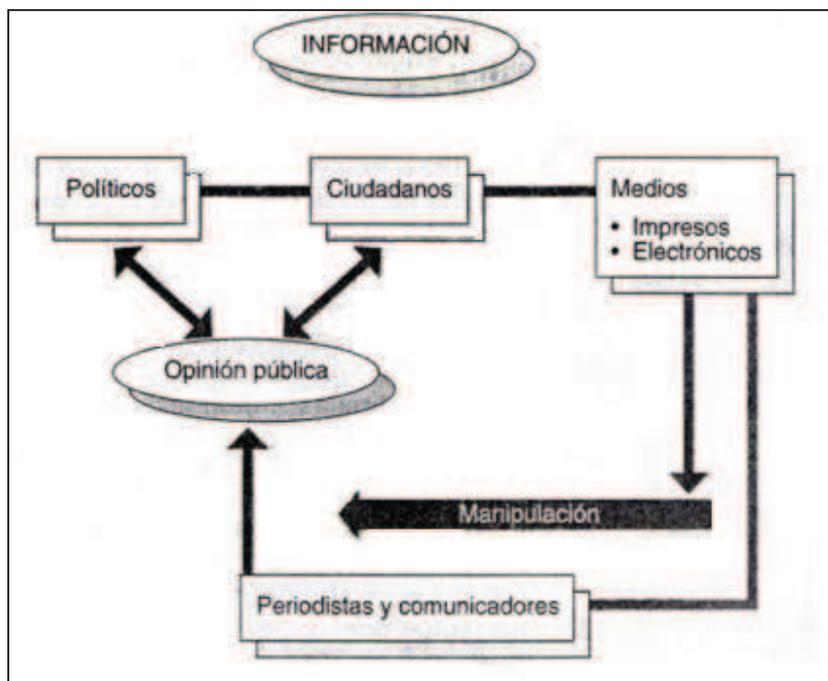
Sin embargo esta relación no es unidireccional, por el contrario, los medios y la población se retroalimentan constantemente, haciendo que no solo los primeros logren crear un fuerte impacto dentro de las estructuras de la opinión pública, sino que a su vez todo lo que se genera dentro de las discusiones al interior de la sociedad, ámbito propio de la opinión, cambie las dinámicas de los medios de comunicación masivos⁷¹.

Para ver en qué lugar se ubican los medios de comunicación, se tomarán como referentes los análisis realizados por autores como Cándido Monzón, Orlando D'Adamo, entre otros para complementar la figura 1 que se muestra a continuación, y que aparece en el texto *Comunicación política y opinión pública: Una aproximación teórica*, de Oscar Ochoa. De esta manera, se realizará una estructura adecuada que permita abarcar el último tramo de este trabajo.

⁷⁰ Ver D'Adamo. Beaudoux, Freidenberg, *Medios De Comunicación Y Opinión Pública*. p. 27

⁷¹ Comparar D'Adamo. Beaudoux, Freidenberg. *Medios de comunicación y opinión pública*. p. 26

Gráfico 1. Medios de comunicación, opinión pública y comunicación política.



Fuente: Comunicación Política y Opinión Pública: una aproximación conceptual. P. 111

Este esquema ira de la mano de una serie de fases, que son expuestas en el libro *Medios de Comunicación y Opinión Pública*, donde el autor hace un acercamiento a algunas consideraciones teóricas realizadas en torno al tema de la formación de opinión pública, una de estas hace énfasis en un enfoque dinámico y en la formación de la misma en distintas fases:

Foote y Hart identifican cinco fases colectivas en el proceso de formación de la opinión pública:

Fase de problema, en la que una situación es considerada como problemática por una persona o grupo, pero el problema y sus consecuencias no han sido completamente definidos (...) en los momentos finales de esta etapa, el problema se va definiendo y cristalizando en un asunto reconocido.

Fase propuesta, en la que tendría lugar la formulación de una o más líneas de acción como respuesta al problema ya definido (...) se caracteriza por cierta ambigüedad y presenta, al igual que la anterior, apelaciones discursivas.

Fase política, en la que el centro de atención se encuentra en el debate activo (...) Es la fase más fácil de identificar como discurso político, puesto que los miembros más activos del público buscan consenso entre los menos activos.

Fase pragmática, el momento en el que se realiza la acción aprobada en las etapas anteriores.

Fase de valoración, que involucra las evaluaciones periódicas de eficacia de la política elegida⁷².

⁷² Ver D'Adamo. Beaudoux. y Freidenberg, *Medios De Comunicación y Opinión Pública*. pp. 13-14

Estas fases dentro del esquema expuesto antes, se ubican al interior del recuadro llamado medios. Lo que se hará es un análisis del tema fundamental que nos ocupa que es la reelección y el rol de las caricaturas expuestas por la revista Semana.

Para este análisis se tienen en cuenta dos puntos fundamentales; el primero, este medio es escrito pero tiene una limitación en las personas que tienen acceso al mismo, dado que la inscripción tiene un costo y esto limita quienes pueden o no leerla. Sin embargo esta limitación ha disminuido un poco con el acceso vía internet a la publicación.

En segundo lugar, aunque se menciona que la opinión pública no solo se refería a temas políticos, es fundamental entender que alrededor de este tema es en donde más pueden verse las manifestaciones propias de esta. Esto sobre todo por la importancia que le dan quienes participan de una u otra manera en el juego político al tema de la opinión pública.

Es necesario considerar que, en nuestra sociedad moderna, la política no puede hacerse ni llevarse a cabo en contra de la opinión pública o sin el concurso de ésta. Los poderes públicos descansan sobre el consentimiento popular. El ejercicio de la democracia requiere de consenso y participación social⁷³.

Dejando estos dos puntos claros, se puede empezar a hacer el análisis particular que ya se mencionó. Para empezar se tomará como referencia las fases y como las caricaturas de la revista cumplían o no con lo que sucede en cada fase, teniendo en cuenta que aquí el rol de las caricaturas ira ligado con el contexto, tal como sucedió en el análisis discursivo de las mismas. Con esto quedará definido, desde una perspectiva teórica cómo los medios llegan a la construcción de opinión pública.

Fase de problema, esta fase la podemos ubicar en el inicio del trámite, por parte de algunos partidarios de Álvaro Uribe, de la reelección, período que se da aproximadamente para finales del 2003. Aquí, empiezan los caricaturistas a problematizar esta posibilidad, como se puede ver en el anexo 1. Sin embargo aún no era muy claro qué iba a suceder.

⁷³Ver Ochoa. *Comunicación política y opinión pública*. p. 101

Fase propuesta, esta faceta aparece ya entrando en el 2004, cuando se está pasando el proyecto de ley por parte de la bancada Uribista, lo cual suscita múltiples discusiones. Aquí se va perfilando la posición que tendrán los caricaturistas (anexo 2) frente a esta situación, que será de crítica y oposición, sin embargo aún las caricaturas no hacen énfasis solo en el tema de la reelección.

Fase política, aquí nos encontramos ya en la aprobación por parte del Congreso de la reforma que permitiría la reelección. Las críticas de los caricaturistas se concentran más en este proceso, y en las consecuencias que generará el mismo, como por ejemplo la falta de condiciones de igualdad para los candidatos, dada la posición de mandatario de Álvaro Uribe (ver anexo 3).

Las últimas dos, que corresponden a la **fase pragmática** y a la **fase de valoración**, las ubicamos en el punto final de la reforma que es cuando ha sido aprobada por la Corte Constitucional la reelección (anexo 3). Aunque pareciera confuso, la acción aprobada no corresponderá al final del proyecto de reelección, sino a la posición definitiva de los caricaturistas frente al mismo, la cual ya había quedado definida en las fases anteriores.

Ahora bien, frente a la fase final es difícil entrar en la valoración, tanto de la reelección como de la oposición que hacen las caricaturas, en tanto esta investigación se ve limitada frente a la misma porque solo se ocupa de la transición del primer al segundo mandato del ex presidente Uribe, mas no indaga sobre lo que sucede después de que gana las elecciones. Sin embargo es clara la crítica sobre la medida y se hace énfasis en los problemas que tiene esta reelección, además se hace una fuerte oposición al triunfo. (Ver anexo 4 y anexo 5)

Al analizar las fases, que corresponden a lo específico se pasará a lo general, que está reflejado en la explicación del esquema expuesto, para así poder concluir que las caricaturas pudieron generar un clima de opinión pública alternativo, por la posición de los medios de comunicación en el proceso de formación de la misma.

Para comenzar es necesario dejar claro que este cuadro, es entendido desde el autor como la explicación de la función política de los medios de comunicación masiva. Es decir desde este esquema es posible ver otra faceta de la acción política de

los medios. Por un lado se encuentra el aspecto del ejercicio de la oposición que se materializa en el control social que ejercen los medios de comunicación, y que fue trabajado en el primer capítulo de esta investigación.

En segundo lugar la acción política está marcada por el ejercicio que llevan a cabo frente al mensaje que difunden el cual genera opinión pública. Los medios de comunicación tienen un gran poder en el manejo de la información, de hecho esto les genera ventajas tanto frente al gobierno- poder político- como a los ciudadanos⁷⁴. Lo cual hace que los medios no solo tengan una cierta ventaja en el manejo de la opinión, sino que también los enfrenta con la ética y la responsabilidad de transmitir información verídica y confiable.

Así es que el esquema nos sitúa en un ambiente donde está circulando una determinada información, que tienen o pueden tener todos los actores del proceso, que son: políticos o gobernantes, ciudadanos, medios impresos o electrónicos y periodistas y comunicadores. Corresponde a este trabajo de investigación en este punto situarse en los medios impresos, revista *Semana*.

El ambiente de información está relacionado con el proceso de reelección y todo alrededor del mismo, es decir sucesos, declaraciones y hasta los sondeos de opinión. Ahora bien los comunicadores son los caricaturistas de *Semana* analizados, para el caso Vladimir Flórez –Vladdo- y Antonio Caballero. Claramente en el espacio denominado “políticos” se encuentra Álvaro Uribe Vélez y su gobierno en el momento de análisis.

El esquema muestra todo dentro de un circuito interconectado, es decir que aunque los medios de comunicación tienen un dominio especial de la información, esta es generada por todos los participantes del mismo. Los medios de comunicación manejan dos elementos que permiten la construcción de opinión pública. Primero transmiten la información y segundo tienen la posibilidad de manipular la misma, generando un clima de opinión alterno.

Es importante entender que esta manipulación se puede leer no solo como algo negativo, sino también como el elemento adicional que imprime el medio frente

⁷⁴ Comparar Ochoa. *Comunicación política y Opinión pública*. p. 102

a la información. También este elemento se encuentra muy relacionado con lo que se mencionaba al inicio de esta investigación y es las relaciones de los medios de comunicación con el poder político.

Mucho se ha acusado a los medios de comunicación de servir como instrumentos al poder político instituido, de tal manera que hay quienes los han definido como “medios masivos de manipulación”. Quienes están al frente de los medios requieren, de alguna manera, del consenso del auditorio para que sus mensajes sean aceptados. Sin embargo, mucha de esta manipulación tiene su origen en factores que no siempre son fáciles de determinar⁷⁵.

Así, se concluye que, de acuerdo a las fases que ubicamos en un proceso interno de generación de opinión de los medios de comunicación y en el aterrizaje al modelo presentado, los caricaturistas de *Semana*, al llevar el proceso de reelección desde las distintas fases y momentos al debate público lograron generar opinión.

Esto también dado por el lugar que ocupan los medios de comunicación masiva dentro de la formación de opinión pública, resaltando el elemento de la manipulación, en tanto que la revista *Semana*, expone a través de estas caricaturas su punto de vista frente al gobierno del ex presidente Álvaro Uribe y a sus políticas, generando un clima de opinión alternativo, al expuesto por los sondeos y encuestas de opinión donde la favorabilidad del ex mandatario es bastante amplia dentro de la población.

Con respecto a este último punto, y de acuerdo a las reflexiones hechas hasta el momento, es importante ver como en una sociedad compleja como la de masas, este modelo no se presenta de manera única sino que se complejiza dada la cantidad de información circulando y los múltiples actores involucrados con ella. Así un modelo más global, basado en el expuesto sería:

⁷⁵Ver Ochoa. *Comunicación política y opinión pública*. P. 109

Gráfico 2. La construcción de opinión pública.



Fuente: Autor de esta monografía.

4. CONCLUSIONES

De acuerdo al trabajo realizado hasta el momento, es posible ver cómo la caricatura política puede ser leída como una forma de expresión propia de los medios de comunicación, que permite dar cuenta de una forma de oposición y que dentro de un modelo teórico seleccionado construye un clima de opinión pública, que puede ser o no favorable a una cierta política.

A esta conclusión se llega en el desarrollo de los diferentes aspectos que componen este trabajo de investigación. Así en el primer capítulo se ve cómo por un lado, el ejercicio del periodismo que llevan a cabo los medios de comunicación, tiene inserto dentro de su labor una forma de control mediático que pasa a ser dentro de las sociedades actuales una forma de control social.

Así mismo en el análisis de los conceptos de oposición a la luz del control social, es posible ver con claridad cómo estos han sido limitados en su gran mayoría, al entender el ejercicio de la oposición solo desde el aspecto institucional y desde el rol que ocupan los partidos políticos y las instituciones de carácter gubernamental.

Sin embargo haciendo un análisis más extendido del concepto de oposición entendido en sentido amplio, se ve cómo este en sí mismo hace parte de una forma de control social, en donde se refleja la manera en la cual la crítica y el control del ciudadano al poder son fundamentales, aquí se une el rol de los medios de comunicación con la oposición y se resalta este a través del componente del foro público.

Ahora bien, la función que cumplen los medios de comunicación no solo está orientada a llevar a cabo un ejercicio de control social, en representación de la ciudadanía sino que también puede estar orientada a la construcción del orden social, como lo señala Denis McQuail, esto desde un análisis más sistemático, aquí se expresa un rol diferente de los medios de comunicación, que a su vez demuestra la importancia que adquieren los mismos dentro de las sociedades actuales.

Acercándose a una expresión puntual de los medios de comunicación, se llega al análisis de las caricaturas de Semana, dentro de un contexto muy importante para la coyuntura política colombiana del momento de análisis (2003-2006), que es la reelección del ex mandatario Álvaro Uribe Vélez, la cual se da en medio de muchas discusiones, con un alto porcentaje de aceptación de su primer gobierno, en curso en este momento, pero también con fuertes críticas de sus opositores.

La sátira y el humor de la caricatura, sumado con los trazos, hacen público una opinión del caricaturista que expresa una crítica frente al referendo reeleccionista, y que de esta manera logra cumplir con los objetivos del control social en ejercicio de la oposición. Todo esto es expresado tanto desde su iconografía como desde el discurso que maneja la caricatura, que aunque muchas veces no es evidente está siempre presente, y se desarrolla fuertemente con el uso y manejo de símbolos contruidos por el caricaturista.

Este punto se encuentra unido fundamentalmente con la unidad de análisis de la opinión pública. Que aunque un tema complejo por las múltiples apreciaciones que lo rodean se puede definir como “La expresión de cualquier colectivo con capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado pero de exposición pública, en un ámbito socialmente visible”⁷⁶.

Esta definición permite hacer dos apreciaciones importantes dentro de esta investigación, en primer lugar se resalta que el tema de la opinión pública no se refiere a un aspecto que necesariamente opina la gran mayoría, como sumatoria de opiniones personales, sino que es algo que se expone en un foro público. Como segundo lugar, hace manifiesto el rol de los medios de comunicación, en tanto que pueden hacer público un aspecto que corresponde a lo privado, de nuevo se vuelve a las funciones del periodismo.

Sin embargo aunque el concepto de opinión pública que se maneja en este estudio de caso, no tiene en cuenta el uso de las encuestas como un aspecto relacionado con la opinión pública, que permite sobre todo mostrar en un momento

⁷⁶ Ver D’Adamo. Beaudoux y Freidenberg. Medios de comunicación y opinión pública. pp. 22-24

determinado el clima de opinión a través del sondeo de las opiniones personales, no por esto lo ignora.

De hecho se basa en las encuestas de opinión para reflejar el clima de opinión pública alrededor de Álvaro Uribe Vélez y su gobierno. Con esto se puede ver que la aceptabilidad del ex mandatario en el momento de la reelección era alta y que la manifestación pública de una opinión contraria a esto se mostraba como una alternativa.

Esto es lo que representan las caricaturas, una alternativa a la opinión mayoritaria del momento, sin embargo es necesario ver cómo se lleva a cabo el proceso de construcción de opinión pública y que rol juegan los medios de comunicación de masas.

Dado el lugar que ocupan estos dentro de la formación de opinión pública como constructores de la misma en torno a la información y resaltando el elemento de la manipulación, los medios de comunicación generan un clima de opinión alternativo, al expuesto por los sondeos y encuestas de opinión donde la favorabilidad del ex mandatario dentro de la población es bastante amplia.

De esta manera se demuestra en gran medida que al cooperar en la construcción de un clima de opinión pública alternativo al oficialista, dado el rol que ocupan los medios de comunicación masiva en estas dinámicas, las caricaturas políticas publicadas en la revista Semana, durante la reelección de Álvaro Uribe, dan cuenta de una forma de oposición que puede ser expresada como una forma de control social, en tanto contempla los elementos de la crítica. No puede entenderse como oposición política dado que sus dinámicas son diferentes y no se apunta a ser una opción al poder.

BIBLIOGRAFÍA

Barón Barrera, Guiller Andrés. *El Gobierno de la sombra: el arte de hacer oposición*. Bogotá: Ediciones Gustavo Ibañez. 2002.

Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom. *Los elementos del periodismo*. Bogotá: Ediciones el país, 2004.

Ochoa, Oscar. *Comunicación Política y Opinión Pública*. México: McGraw-Hill, 2000.

Pasquino, Gianfranco. *La oposición*. Madrid: Alianza, 1998.

Palacio, Jorge. *Crónica del humor político en Argentina*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana. 1993.

Thompson. John B. *Los media y la modernidad, una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona. Editorial Paidós. 1998.

Van Dijk, Teun. *El Discurso como Interacción Social*. Gedisa. 2000.

Capítulos o artículos de libros

Araya, Rodrigo; Elórtegui Gómez, Claudio; Herrscher, Roberto; Lazcano Peña, Daniela; et al. "Porqué, para qué y cómo hacer Análisis del Discurso de los medios de comunicación". En: Araya, Rodrigo; Elórtegui Gómez, Claudio; Herrscher, Roberto; Lazcano Peña, Daniela; et al. *Analizando los medios y la comunicación: teoría y métodos*. Valparaíso: Ediciones universitarias de Valparaíso Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. 2009: 133-164.

Braud, Philippe. "Tipologías y clasificaciones". Capítulo 2 Las agrupaciones sociales. En: Braud, Philippe. *Sociología política*. 2000: 71-79.

Coronell, Daniel. “El periodismo: control ciudadano sobre los centros de poder”. En: González, Camilo; Sierra, Álvaro; Hernán, María Teresa; Flórez, Vladimir; et al. *La palabra desarmada. Futuro del periodismo en Colombia*. Bogotá: Corporación Medios para la Paz-MPP, 2008: 93-100.

D’Adamo, Orlando; Beaudoux, Virginia y Freidenberg, Flavia. “La opinión pública”. En: D’Adamo, Orlando; Beaudoux, Virginia y Freidenberg, Flavia. *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. Madrid: McGraw Hill. 2007: 1-28.

Flórez, Vladimir. “La Caricatura del Poder. El poder de la Caricatura”. En: copilado Revista Semana. *Poder y medio*. Bogotá: editorial Aguilar. 2005: 55-69.

Herrán, María Teresa. “El reto: redefinir el periodismo a partir de nuevos paradigmas”. En: González, Camilo; Sierra, Álvaro; Hernán, María Teresa; Flórez, Vladimir; et al. *La palabra desarmada. Futuro del periodismo en Colombia*. Bogotá: Corporación Medios para la Paz-MPP, 2008: 59-70.

Rettberg, Angelika y Rincón, Omar (compiladores). “¿Los grandes medios como nueva oposición política? En: Rettberg, Angelika y Rincón, Omar (compiladores). *Medios, Democracia y Poder. Una mirada desde Colombia, Ecuador, Venezuela y Argentina*. Bogotá; Ediciones Uniandes. 2011: 80-81.

McQuail, Denis. “Medios masivos, orden y control social”. En McQuail, Denis. *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. 1998: 344- 393.

Monzón, Cándido. “La opinión pública como concepción interdisciplinar”. En: Monzón, Cándido. *Opinión pública, comunicación y política: la formación del espacio público*. Madrid. Editorial Tecnos. 2000: 95-152.

Rettberg, Angelika y Rincón, Omar (compiladores). “Democracia deliberativa, opinión pública y medios de comunicación en Colombia”. En: Rettberg, Angelika y Rincón, Omar (compiladores). *Medios, Democracia y Poder. Una mirada desde Colombia, Ecuador, Venezuela y Argentina*. Bogotá; Ediciones Uniandes. 2011. 106-135 Sánchez Ruiz, Enrique. “Articulaciones de los medios de difusión con las estructuras de poder”. En: Sánchez Ruiz, Enrique. *Comunicación y Democracia*. Bogotá: Grupo Editorial Norma. 2004: 55-69.

Villaveces Niño, Juanita. “Prólogo”, “Introducción” y “Caricatura: Uso y significado para la historia económica”. En: Villaveces Niño, Juanita. *Caricatura económica en Colombia 1880-2008: la economía con algo de humor*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario. 2011: 10-32.

Artículos de Revistas

Badía, Juan Fernando. “En torno a una teoría de la oposición en el sistema democrático – liberal”. En *Revista de Estudios Políticos*. Nº 173, 1970: 21-68. Consulta realizada en agosto de 2011. Disponible en la página Web: http://www.cepc.es/rap/Publicaciones/Revistas /2/ REP_173_021.pdf

Basset, Yann. “La izquierda colombiana en tiempos de Uribe”. *Revista Nueva Sociedad*. No. 214. Marzo- abril 2008: 4-13. Disponible en la página web: http://www.nuso.org/upload/articulos/3502_1.pdf

Cepeda Ulloa, Fernando. “De la Oposición”. *Estrategia económica y financiera*. No. 1. Bogotá. Junio 1997: 20-22

González, Beatriz. “La Caricatura a Fines del Siglo XIX”. *Gaceta Colcultura*. No.32-33. Bogotá. Abril 1996: 110-112.

González, Luís. “Opinión pública y comunicación de masas”. *Revista española de la opinión pública*. No. 20. Abril- junio 1970.

Vladimir Flórez – Vladdo-. “Adhesión y aclaración” *Revista Semana*. Edición No. 1.218. Septiembre 5 al 12 de 2005: 98.

Vladimir Flórez – Vladdo-. “Aló, presidente”. *Revista Semana*. Edición No. 1.175. Noviembre 8 al 15 de 2004: 145.

Vladimir Flórez –Vladdo-. “Descubrimientos”. *Revista Semana*. Edición 1.129. Diciembre 22 de 2003 a enero 5 de 2004: 190.

Vladimir Flórez – Vladdo-. “El diablo Echeverri”. *Revista Semana*. Edición. No. 1.136. Febrero 9 al 16 de 2004: 100.

Vladimir Flórez – Vladdo-. “Embajadora de muy buena voluntad”. *Revista Semana*. Edición. No. 1.134 Ene. 26 a Feb. 2 de 2004: 109

Vladimir Flórez – Vladdo-. “Muy regalado”. *Revista Semana*. Edición. No. 1.234-1.235. Diciembre 26 a enero 2 de 2006: 93.

Vladimir Flórez –Vladdo-. “‘Napoleón’, franco”. *Revista Semana*. Consulta realizada en octubre de 2011. Disponible en la página web: <http://www.semana.com/vladdo/vladdo/94881-3.aspx>

Vladimir Flórez –Vladdo-. “Palacito presidencial”. *Revista Semana*. Edición 1.258. Junio 12 al 19 de 2006: 187.

Vladimir Flórez –Vladdo-. “Palacito presidencial”. *Revista Semana*. Edición 1.218. Septiembre 5 al 12 de 2005: 99

Vladimir Flórez – Vladdo-. “Sigue la función”. *Revista Semana*. Edición. No. 1.231.
Diciembre 5 al 12 de 2005: 178

Otros documentos

Cáceres Trimiño, Sergio Enrique. *La desaparición forzada en Colombia, un mecanismo Estatal para controlar y disciplinar la oposición política y a la sociedad en general*. Trabajo de grado. Universidad Javeriana. 2008.

Constitución Política de Colombia, 1991

Gómez Giraldo, Juan Carlos. *Del régimen de comunicación Política en el Gobierno del presidente de Colombia Álvaro Uribe Vélez: un estudio de caso*. Trabajo monográfico. Universidad Javeriana. 2005

Pérez Gallego, Luis Fernando. *La oposición política en Colombia vista a través de la caricatura: 1810-1957*. Medellín. Universidad de Antioquia. 1999.

_____. “Caricatura: Reflejo irónico de la realidad económica”.
Fascículo interactivo 10 de 16. Tomo V. 2011. Bogotá: Facultad de Economía.
Universidad del Rosario.

Páginas Web institucionales y Banco de Datos en línea

Alcaldía de Medellín. “Concepto de control social, en forma concreta y por ello un poco pragmática”. Consulta realizada en julio de 2011. Disponible en la página web:
[http://www.medellin.gov.co/alcaldia/jsp/modulos/N_admon/obj/img/vinculoscbg/
CONCEPTO%20DE%20CONTROL%20SOCIAL.pdf](http://www.medellin.gov.co/alcaldia/jsp/modulos/N_admon/obj/img/vinculoscbg/CONCEPTO%20DE%20CONTROL%20SOCIAL.pdf)

Brack, Nathalie y Weinblum Sharon. “What do we mean by “political opposition”: a theoretical perspective”. Consulta realizada en septiembre de 2011. Disponible en la

página web: http://dev.ulb.ac.be/sciencespo/dossiers_membres/brack-nathalie/fichiers/brack-nathalie-publication16.pdf

Cali como vamos. “Que es el control ciudadano y su aporte al desarrollo”. 2010. Consulta realizada en agosto de 2011. Disponible en la página web: <http://www.calicomovamos.org.co/calicomovamos/files/Quienes%20Somos/El%20Control%20Ciudadano%20y%20su%20aporte%20al%20desarrollo.pdf>

Codebó, Agnese. “La oposición a un régimen represivo a través de la sátira, la caricatura y la historieta: la revista "Humor" y la dictadura argentina (1976-1983)”. Consulta realizada en septiembre de 2011. Disponible en la página web <http://www.revistaafuera.com/articulo.php?id=119>

Cortés Rodríguez, Luis y Camacho, María Matilde. *Los condicionantes de la situación en la descripción tipológica de los discursos orales*. Universidad de Almería. Consulta realizada en septiembre de 2011. Disponible en la página web: <http://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/26/50/018cortescamacho.pdf>

Gómez, María Elena. “La iconología, un método para reconocer la simbología oculta en las obras de arquitectura”. 2003. Consulta realizada en septiembre de 2011. Disponible en la página web: <http://argos.dsm.usb.ve/archivo/38/1.pdf>

González, Fernán “El fenómeno político de Álvaro Uribe Vélez”. 2006. Consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web: <http://www.institut-gouvernance.org/en/analyse/fiche-analyse-245.html>

Levy, Evelyn. “Control social y control de resultados: Un balance de los argumentos y de la experiencia reciente”. Consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web: http://ourproject.org/docman/view.php/29/74/tipos_contro_social.pdf

Medina Gallego, Carlos. “Democracias, partidos políticos y oposición”. Consulta realizada en agosto de 2011. Disponible en la página web: http://www.camega.org/index.php?option=com_content&view=article&id=358:democracias-partidos-politicos-y-oposicion-carlos-medina-gallego-docente-investigador-universidad-nacional-de-colombia-este-articulo-busca-establecer-la-relacion-entre-democracias-partidos-politicos-y-oposicion-en-las-particulares-circunsta&catid=40:articuloscarlos&Itemid=72

Méndez, Ana Irene. “La comunicación en Democracia”. Consulta realizada en octubre de 2011. Disponible en la página web: http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/mendez_i.pdf

Menéndez, María Cristina. Sociedad Argentina de Análisis Político. “La impronta mediática sobre la teoría política”. Consulta realizada en febrero de 2011. Disponible en la página web <http://www.saap.org.ar/esp/docs-congresos/congresos-saap/V/docs/smulovitz/maria-cristina-menendez.pdf>.

Ministerio del interior. “Democratización del Estado y control ciudadano a la gestión pública”. Consulta realizada en agosto de 2011. Disponible en la página web: <http://www.mij.gov.co/econtent/library/documents/DocNewsNo1780DocumentNo5657.PDF>

Peruzzotti, Enrique. “Controlando la Política. Ciudadanos y Medios en las Nuevas Democracias Latinoamericanas”. 2002. Editorial Temas. Consulta realizada en agosto de 201. Disponible en la página web: www.escuelapnud.org.

Posada Carbó, Eduardo. “Oposición Democrática y Paz”. Consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web http://www.ideaspaz.org/articulos/download/20oposicion_democratica_y_paz.pdf

Robert A., Dahl. "Political Oppositions in Western democracies". 1966. Consulta realizada en agosto de 2011. Disponible en la página web: http://www.canalsocial.net/ger/ficha_GER.asp?id=10283&cat=politica

Salazar, Carlos. "Sobre la caricatura". 2010. Consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web: <http://esferapublica.org/nfblog/?p=11057>

Velázquez, Dorantes María. "La caricatura Política". 2006. Consulta realizada en julio de 2011. Disponible en la página web: <http://www.autorescatolicos.org/mariavelazquez62.pdf>

_____. "Aprobada en Colombia la reelección presidencial que permitirá a Álvaro Uribe volver a presentarse en 2006". Consulta realizada en octubre de 2011. Disponible en la página web: <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/10/20/internacional/1129771338.html>

_____. "Álvaro Uribe Vélez". Consulta realizada en septiembre de 2011. Disponible en la página web: http://www.cidob.org/es/documentacio/biografias_lideres_politicos/america_del_sur/colombia/alvaro_uribe_velezhttp://www.adnmundo.com/contenidos/politica/colombia_uribe_presidente_asume_pi_070806.html

_____. "ÁLVARO URIBE VÉLEZ". Consulta realizada en agosto de 2011. Disponible en la página web: http://www.presidencia.gov.co/prensa_new/presidente/

_____. "Avanza proceso de reelección presidencial en Colombia". 2004. Consulta realizada en octubre de 2011. Disponible en la página web: <http://www.noticias.com/avanza-proceso-de-reeleccion-presidencial-en-colombia.38922>

.“Historia del Partido de la U”. Consulta realizada en octubre de 2011. Disponible en la página web: http://www.elpartidodelau.com/index.php?option=com_content&view=article&id=42&Itemid=228

.“República de Colombia. Resultados Electorales. Elección Presidencial 2006”. Consulta realizada en septiembre de 2011. Disponible en la página web: <http://pdba.georgetown.edu/Elecdata/Col/pres06.html>

.“Reseñas de las Revistas Semana y Cambio”. Consulta realizada en junio de 2011. Disponible en la página web: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/todaslasartes/monografia/mono2a.htm>

.“Uribe encara a directores de las revistas Cambio y Semana por denuncias de corrupción en el Das”. Consulta realizada en octubre de 2011. Disponible en la página web: <http://www.caracol.com.co/noticias/actualidad/uribe-encara-a-directores-de-las-revistas-cambio-y-semana-por-denuncias-de-corrupcion-en-el-das/20060412/nota/275357.aspx>

El diablo Echeverri

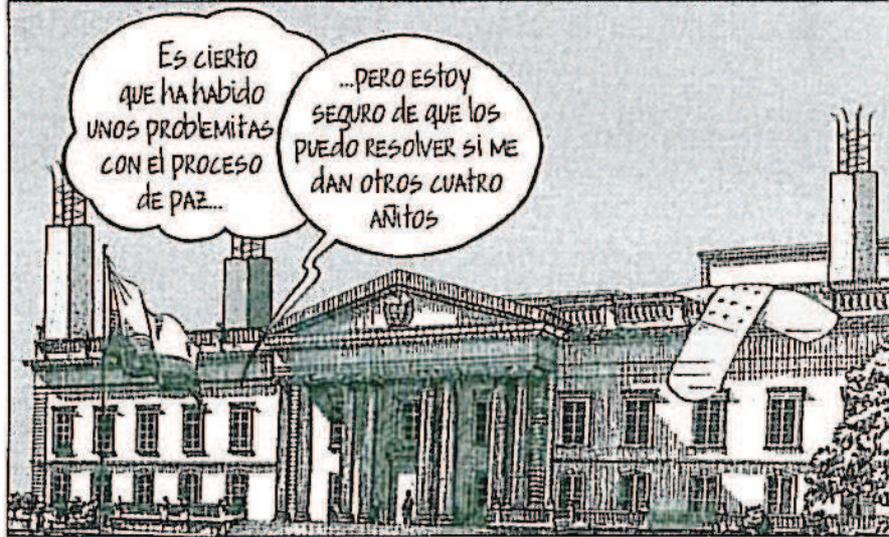


ANEXO 2.

Sigue la función



PALACITO PRESIDENCIAL



Vladdomanía
cree que los informes
de Amnistía Internacional están
muy contaminados (de realidad).

ANEXO 4



ANEXO 5

