

# La ideología de la paz en los titulares de prensa de la revista *Semana*\*

CARLOS EDUARDO ARTEAGA RODRÍGUEZ\*\*

MARCO DAVID PARRA PEDREROS\*\*\*

BLANCA LUCÍA BUSTAMANTE VÉLEZ\*\*\*\*

Recepción: 28 de mayo de 2021

Aprobación: 10 de septiembre de 2021

**Forma de citar este artículo:** Arteaga, C. Parra, M. V. & Bustamante, L. (2022). La ideología de la paz en los titulares de prensa de la revista *Semana*, . *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (39), e13511

 <https://doi.org/10.19053/0121053X.n39.2022.13511>

\* Artículo de investigación que analiza críticamente la implementación de los acuerdos del proceso de paz entre el Estado colombiano y las FARC, en los titulares de prensa digital de la revista *Semana* durante el Gobierno de Iván Duque, entre el 7 de agosto y el 31 de diciembre de 2018.

\*\* Licenciado en Educación Básica con Énfasis en Lengua Castellana, Universidad del Tolima. Magíster en Lingüística, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Docente catedrático en la Universidad del Tolima. [eduardoar123@hotmail.com](mailto:eduardoar123@hotmail.com)  <https://orcid.org/0000-0002-9938-8943>

\*\*\* Polítólogo, Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Gobierno y Gestión para el Desarrollo Departamental y Municipal, Universidad Católica de Colombia. Magíster en Lingüística, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Asesor en procesos sociales y participación ciudadana. [mdavidpp@gmail.com](mailto:mdavidpp@gmail.com)  <https://orcid.org/0000-0001-6350-3666>

\*\*\*\* Comunicadora Social-Periodista, Universidad de Antioquia. Doctora en Lenguaje y Cultura, UPTC. Integrante del grupo de investigación Corporación “Si Mañana Despierto” para la Creación e Investigación de la Literatura y las Artes. Docente-investigadora de la Escuela de Idiomas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. [lucia.bustamante@uptc.edu.co](mailto:lucia.bustamante@uptc.edu.co)  <https://orcid.org/0000-0002-7227-2019>

## Resumen

El artículo analiza los titulares de prensa de la revista *Semana*, con el fin de desentrañar la ideología promovida por esta con respecto al proceso de paz en los primeros cuatro meses del mandato de Iván Duque. Para ello, se identificó la forma como se presentaron y nombraron los diferentes actores del posconflicto, se analizaron las estrategias discursivas usadas en la revista, además del lenguaje retórico y sus implicaciones discursivas. El paradigma que guía el estudio es el sociocrítico con enfoque cualitativo. El tipo de investigación es el análisis crítico del discurso. El método de análisis e interpretación considera tres etapas: exploratoria del corpus, exploratoria descriptiva y exploratoria analítica. Se tomó un subcorpus de 23 titulares. Se concluye que en su discurso periodístico la revista crea una estructura ideológica sobre las creencias, las actitudes y los valores de diferentes actores, instaurando grupos de opinión a favor del proceso de paz y en contra de las posturas y decisiones del presidente que perjudican el proceso.

**Palabras clave:** análisis del discurso, proceso de paz, ideología y poder, discurso periodístico, prensa escrita.

## The Ideology of Peace in the *Semana* Headlines

### Abstract

The article analyzes the press headlines of the magazine *Semana* in order to unravel the ideology promoted by it regarding the peace process in the first fourth months of Iván Duque's government. For this, the way in which the different post-conflict actors were presented and named is identified, the discursive strategies used in the magazine were analyzed, in addition to the rhetorical language and its discursive implications. The paradigm that guides the study is the socio-critical one with a qualitative approach. The type of research is the critical analysis of the discourse. The analysis and interpretation method considers three stages: corpus exploratory, descriptive exploratory and analytical exploratory. A subcorpus of 23 headlines was taken. It is concluded that in its journalistic discourse the magazine creates and ideological structure about the beliefs, attitudes and values of different actors, establishing opinion groups in favor of the peace process and against the positions and decisions of the president that harm the process.

**Keywords:** discourse analysis, peace process, ideology and power, journalistic discourse, written press.

## L'idéologie de la paix à la une de la revue *Semana*

### Résumé

Cet article analyse les titres du magazine *Semana* dans le but de démêler l'idéologie promue par le magazine en ce qui concerne le processus de paix au cours des quatre premiers mois du mandat d'Iván Duque. Pour ce faire, la manière dont les différents acteurs post-conflit ont été présentés et nommés a été identifiée, et les stratégies discursives utilisées dans le magazine ont été analysées, ainsi que le langage rhétorique et ses implications discursives. Le paradigme qui guide l'étude est socio-critique avec une approche qualitative. Le type de recherche est l'analyse critique du discours. La méthode d'analyse et d'interprétation considère trois étapes : exploratoire du corpus, exploratoire descriptive et exploratoire analytique. Un sous-corpus de 23 titres a été constitué. Il est conclu que dans son discours journalistique, le magazine crée une structure idéologique sur les croyances, les attitudes et les valeurs des différents acteurs, établissant des groupes d'opinion en faveur du processus de paix et contre les positions et les décisions du président qui sont préjudiciables au processus.

**Mots clés:** analyse du discours, processus de paix, idéologie et pouvoir, discours journalistique, presse écrite.

### A ideologia da paz nas manchetes de imprensa da revista semana

#### Resumo

O artigo analisa as manchetes da revista *Semana*, a fim de desvendar a ideologia por ela promovida a respeito do processo de paz nos primeiros quatro meses do mandato de Iván Duque. Para isso, identificou-se a forma como os diferentes atores do pós-conflito foram apresentados e nomeados, foram analisadas as estratégias discursivas utilizadas na revista, além da linguagem retórica e suas implicações discursivas. O paradigma que norteia o estudo é o sociocrítico com abordagem qualitativa. O tipo de pesquisa é a análise crítica do discurso. O método de análise e interpretação considera três etapas: exploratória de corpus, exploratória descritiva e exploratória analítica. Um subcorpus de 23 manchetes foi feito. Conclui-se que em seu discurso jornalístico a revista cria uma estrutura ideológica sobre as crenças, atitudes e valores de diferentes atores, estabelecendo grupos de opinião a favor do processo de paz e contra as posições e decisões do presidente que prejudicam o processo.

**Palavras-chave:** análise do discurso, processo de paz, ideologia e poder, discurso jornalístico, imprensa escrita.

## Introducción

El proceso de paz con la guerrilla de las FARC fue para los colombianos un hecho histórico esperado por muchos años. Este se dio por la actitud mediadora de los actores del conflicto, la comprensión de la inutilidad de las muertes de ambos bandos, así como por la cooperación internacional de diferentes Estados. Comprender los hechos del lenguaje que se dieron en la prensa colombiana resalta la dificultad de hacer acuerdos entre partes en conflicto.

El titular de prensa tiene singular importancia, dado que es la puerta de entrada a la noticia y el gancho para atraer a los lectores. Sin embargo, estos usualmente no perciben su alcance ni la carga ideológica que transmiten, por lo que su estudio, razón de ser del presente trabajo, es de suma relevancia.

De acuerdo con lo anterior, nos preguntamos ¿Qué reflejan ideológicamente los titulares de prensa de la revista *Semana*, con respecto a la implementación del proceso de paz en Colombia desde la posesión del presidente Iván Duque? El objetivo general fue analizar los titulares de prensa de la revista *Semana*, con el fin de desentrañar la ideología que esta promovió en la divulgación del proceso de paz en los primeros cuatro meses del mandato de Iván Duque. Como objetivos específicos pretendimos identificar los diferentes tipos de titulares presentes en el corpus, así como los temas privilegiados y los actores que intervienen en los titulares de prensa; determinar los tipos de nominación existentes en el corpus, establecer las formas de legitimación inherentes al discurso y describir el lenguaje retórico utilizado en los titulares.

El estudio de dicho proceso ha sido de interés de investigadores internacionales, nacionales y locales, desde diferentes áreas del conocimiento. Sin embargo, dada la especificidad de nuestra investigación, hemos realizado una indagación de los que se han enfocado en el análisis crítico del discurso y la ideología (Cairo & Ríos, 2019).

Para abordar el análisis crítico del discurso (ACD) es necesario entender el significado de discurso. Para Sánchez (2006), el discurso es algo más que una representación, por cuanto no se centra en la representación de las estructuras sociales con base en las ideologías, sino que permite también la construcción de actores sociales con prácticas propias.

Charaudeau (2002) habla de tres finalidades puntuales que debe tener un discurso. La primera es la organización del contenido, esto es, la identificación de los actores de una sociedad que buscan un interés particular en torno a los valores para consolidar la mediación social y dar identidad a un grupo social (ideología). De este proceso se deriva un conjunto de creencias compartidas, producidas y generadas por un discurso, que conlleva la consolidación de una memoria común y no necesariamente consciente. La organización de contenido social es una actividad de lenguaje con el objetivo de “construir un sistema de pensamiento que fundamente las pertenencias ideológicas” (p. 113).

La segunda es la escena de la acción de la comunicación política, que se refiere al modo en que los actores son partícipes y tienen el poder de ejercer la autoridad para influir en las opiniones de otros por medio de la *seducción* y la *persuasión* y así establecer los consensos. A partir del proceso de la memoria de acción se generan estructuras mentales que conducen a identificar la sociedad (es decir, ser miembro de algo), lo que se desprende en un comportamiento común frente a unas situaciones sociales.

La tercera es el discurso referido a lo político, pero sin acción en el ámbito político. Una de las grandes diferencias que se plantea en esta finalidad es que no existe una comunidad puntual por medio del discurso, debido a que la característica del intercambio conversacional busca distintos objetivos interaccionales. El discurso se convierte en una actividad de comentario sin “comprometer al sujeto que lo emite en una acción que le sería consecutiva” (Charaudeau, 2002, p. 114). Ahora, aunque la acción no es perlocutiva, puede generar una acción comunicativa que cree nuevos escenarios mediáticos de ideas. Este discurso se caracteriza no solamente por manejar tópicos en materia política, sino también por basarse en esferas económicas, mediáticas, ambientales, entre otras, que inciden en el desarrollo social. Por lo tanto, en la acción comunicativa es necesario identificar un actor con autoridad discursiva: los medios de comunicación, y se ha de tener en cuenta, además, que los periodistas comentan la actualidad política según un contrato de comunicación para garantizar la imparcialidad con respecto a la acción política, cuyo propósito es ofrecer opiniones neutras en las esferas de acción social.

Con respecto al ACD, Van Dijk (2004) plantea que este está relacionado con el poder, cuyo abuso se origina directamente del texto y el habla. Desde esta perspectiva se articulan procesos y herramientas con el objeto de identificar cómo los discursos ideológicos persuaden a la sociedad y la someten a procesos de dominación, por lo que es necesario identificar que las estructuras discursivas simbólicamente llevan un poder que busca controlar las estructuras mentales de las personas. Dicho poder puede tener características sociales, dependientes del acceso preferencial al discurso público.

Cuando nos referimos a *discurso* en el ACD aludimos al discurso público realizado por actores que tienen acceso directo a este, pues existen élites simbólicas que controlan los discursos y tienen el poder de generarlos con cargas ideológicas a fin de controlar la mente en una sociedad. Es así como se identifica una triada entre *discurso*, *ideología* y *poder* (Van Dijk, 2009). Con este último se busca ejercer el control sobre un grupo o institución, incluso de manera coercitiva; sin embargo, en términos de discurso, debe verse como el poder mental, que es el medio para controlar las mentes de otras personas. Una vez controladas las mentes de otros, también se controlan indirectamente las acciones presentes y futuras (Pizarro, 2018).

En relación con los diversos discursos que se construyen alrededor de la paz, muchas veces los diferentes actores buscan darlos a entender como un tema

mediático que puede ser el resultado de diferentes posturas ideológicas en un contexto, capaces de disfrazar la paz en pro y en contra de algunos intereses políticos. Es por eso por lo que para el desarrollo de esta investigación es necesario profundizar en los planteamientos de Van Dijk y Rodrigo (1999) sobre el análisis del discurso político.

El discurso político es el preferido en las relaciones de poder en un sistema democrático como el colombiano. Se caracteriza por la comunicación, que puede ser legítima o no. Sin embargo, el poder del discurso político tiene una base social, controlada por actores con acceso al discurso público y que construyen un nuevo poder simbólico.

La revista *Semana* es un actor con acceso preferencial al discurso público, lo que le permite ejercer el poder simbólico y tener la facultad de orientar las diferentes formas ideológicas por medio de la producción y la reproducción de información. Además, cuenta con la posibilidad de empoderar la voz de diferentes actores sociales, dependiendo de los temas que privilegie, para promover el comportamiento de la sociedad con una práctica discursiva sobre la política.

En los estudios del discurso político se ha evidenciado cómo a través de este se construyen diferentes procesos, en los que el poder político es materializado por dicho discurso que se encuentra estructurado por prácticas de dominación y resistencia como lo plantea Foucault (citado por Van Dijk & Rodrigo, 1999).

En el proceso de análisis del discurso político, Van Dijk identifica como categorías de análisis fundamentales los actores políticos: en este proceso se observan diferentes rutas de interacción que no solamente conectan a un hablante con un receptor, sino que actores como la gente, el pueblo, los medios de comunicación, las masas, los ciudadanos, los campesinos y las comunidades étnicas generan estructuras discursivas diferentes; pueden estar de manera no visible incidiendo en las esferas discursivas políticas, “debido a que estos discursos no son solamente por los actores políticos sino que dependen de la interacción de los receptores unidireccionales de la comunicación” (Van Dijk & Rodrigo, 1999, p. 13). También se encuentran otros participantes, como los llamados actores semánticos (agentes, pacientes, escenarios), que permiten, por medio de los predicados en las proposiciones, ser reflexivos en el discurso político.

En cuanto a la sintaxis y la semántica del discurso político, se observan procesos de manipulación con el uso de los pronombres y variaciones en el orden de las palabras, que implican cambios de significado en las estructuras de la oración y, como lo señalan Van Dijk y Rodrigo (p. 56), “los pronombres deícticos permiten denotar la polarización política *nosotros* vs. *ellos* (...) el uso político del plural *nosotros* (o de los posesivos *nuestros*) tiene muchas implicaciones para la posición política, las alianzas, la solidaridad”, como también para la posición sociopolítica del hablante, dependiendo del contexto. De igual manera, se pueden presentar comúnmente dos tipos de destinos: énfasis o mitigación, mediante la más o menos destacada colocación de palabras y frases. En la prensa, por ejemplo, los significados

preferidos se enfatizan con titulares con tipografía grande golpeando con el color o con fotos impactantes.

Es necesario resaltar que los diálogos políticos se encuentran estructurados en unas dinámicas estratégicas de interacción verbal y textual, enmarcadas en un contexto determinado con el propósito de defender las posturas ideológicas de los diferentes actores que buscan el poder y tienen acceso a los medios de comunicación para transformar la sociedad. Por el lado del interlocutor, las diferentes acciones comunicativas varían de acuerdo con el contexto situacional que imagine; por el lado del actor intérprete se da un proceso de construcción del sentido del mensaje que recibe (Álvarez & Suárez, 2016).

Gran parte del discurso político responde a las ideologías que defienden los diferentes actores; por eso, las estrategias discursivas se enmarcan en las estructuras ideológicas: es natural que los sistemas políticos se centren en unos discursos de polarización donde se resaltan los valores ideológicos de uno y se deslegitiman los del otro (Van Dijk & Rodrigo, 1999). Se hacen proposiciones *positivas* sobre las conductas ideológicas propias y *negativas* sobre las de los otros; es decir, “el discurso político es etnocéntrico mayoritario respecto a las minorías” (p. 52). Así, se crean relaciones de generalización y especificación, de contraste y ejemplo, que permiten expresar modelos y sucesos políticos según el contexto.

La ideología, que ha sido estudiada por diferentes autores, tomó relevancia desde los estudios de ciencia económica y política de Marx, hace ya dos siglos. Sin desconocer que en la Antigüedad ya se habían hecho trabajos cercanos a lo que conocemos con ese nombre, la evolución de los estudios ha llevado a la transformación del concepto. En la actualidad lo más aceptado es lo teóricamente propuesto por el lingüista Teun van Dijk, que le da un giro al concepto y lo coloca en la esfera de lo cognitivo y lo social. Por este motivo, y por estar cerca de la lingüística, el trabajo toma como referente lo propuesto por este autor.

En atención a los postulados de Van Dijk (1999), las ideologías son las representaciones sociales de los grupos a partir de las cuales, por medio del discurso, se representan imágenes positivas o negativas de unos sobre otros (Chaoudri, 2016, p. 90). Según esto, los actores responden a los asuntos de poder social, donde existe un control de los modelos mentales sociales. Para ello, se requiere la mezcla de un saber-hacer con los conocimientos relativos sobre un determinado campo para confrontar al grupo dominado. Las ideologías, como estructuras sociocognitivas, forman actores con acceso a un discurso público. En este escenario se forman actitudes sociales determinantes para el dominio social. En otras palabras, las ideologías tienen influencia directa sobre la conducta y el discurso de los miembros de un grupo dominante, por medio del control de los posibles escenarios sociales y mentales.

Las orientaciones y las visiones ideológicas son construidas a partir del sistema de creencias compartido por los grupos sociales, puesto que las creencias son el eje rector de las ideologías y se configuran como representaciones sociales compartidas

para ser guardadas en la memoria social y, según Londoño (2013), se convierten en temas relevantes para un grupo y su existencia. Es decir, la ideología tiene la capacidad de influir en el conocimiento. Al formar parte de los modelos mentales surge la articulación entre lo ideológico y el conocimiento (se trata del conocimiento de un grupo). Esta articulación no es otra cosa que la cognición social, la cual controla las representaciones mentales presentes en los actos discursivos (Chaoudri, 2016; Palacios, 2019).

Las representaciones mentales se basan en las diferentes experiencias de vida que conducen a generar opiniones y pueden provocar conflictos con las identidades ideológicas. Tales estructuras son el resultado de las particularidades de los contextos individuales y pueden producir ideologías diversas, lo que explica la capacidad de categorizar e identificar ideológicamente a los actores. De acuerdo con Van Dijk (1998), se puede decir que la construcción de la realidad y su interpretación depende de los modelos mentales, puesto que las ideologías no solamente controlan lo que se dice, sino lo que se hace, según un contexto determinado.

Recapitulando, la relación que existe entre discurso y comunicación ocurre por medio del lenguaje, donde es necesario explicar los fenómenos de influencia social que se dan en la escena discursiva. De este modo, los medios de comunicación determinan los escenarios de desarrollo social, económico y representativo. Muchas veces, estos escenarios son regulados por políticas que controlan el lenguaje: la ciencia (lenguaje) y el medio (comunicación) son los encargados de construir las estructuras ideológicas en la sociedad.

Como se observa, en el discurso de los medios de comunicación se producen estructuras basadas en instrumentos lingüísticos que relacionan el texto y el contexto. Las estructuras textuales responden a las estructuras discursivas; además, las bases contextuales relacionan el discurso con los procesos cognitivos y los factores socioculturales (Van Dijk, 1996).

Con respecto a la estructura del discurso periodístico, y puntualmente sobre la categoría del titular, es posible identificar una variedad de significados y la macroestructura del significado de la noticia (Aguillón & Molero, 2011). Asimismo, en el proceso de información y de introducción, los titulares, como encabezamientos, tienen la función estructural de informar lo más relevante, es decir, son una macroproposición y pueden atraer a los grupos sociales al introducir los conocimientos como opiniones del medio periodístico.

Además de lo anterior, es importante resaltar la relevancia que tiene la estructura en la cognición social. Las propiedades del titular señalan una categoría esquemática: situarse en la primera posición del artículo noticioso: "(...) el titular está completamente preparado para el objetivo de poner en evidencia el contenido específico mediante las diferentes características que destacan la relevancia o prominencia de la noticia" (Van Dijk, 1996, p. 126). Sobre este aspecto es necesario señalar que existen sucesos previos que necesariamente se articulan con circunstancias

actuales, lo que incide en el contexto; la estructura en una dimensión histórica, que permite seleccionar los hechos periodísticos históricos para relacionarlos con las situaciones actuales, como el proceso de paz en Colombia.

Los acontecimientos sociales conllevan valores periodísticos, entre los cuales se encuentra el valor informativo. Los acontecimientos políticos provocan consecuencias en la sociedad a causa de la noticia informada. En esta perspectiva, el grado de acontecimiento que puede generar una noticia es lo que define los hechos informativos principales (Van Dijk, 1996; Monedero, 2019).

Por otro lado, la retórica también coadyuva a regular los modos mentales mediante la formulación de proposiciones o de argumentos para representar la información textual en la memoria y organizarla mejor. Así, amplía las posibilidades de influir en los cambios de creencias y opiniones. Las noticias se refieren a un sistema de valores informativos del periodismo: “si un acontecimiento se adecúa a los criterios supuestos por los valores informativos, entonces atrae más la atención y tiene una posibilidad mayor de que el periodista lo seleccione como un potencial acontecimiento periodístico” (Monedero, 2019, p. 161).

## Metodología

El trabajo se ubica en el paradigma sociocrítico con enfoque cualitativo (Ortiz, 2015). Como tipo de investigación se seleccionó el ACD o estudio crítico del discurso, el cual trasciende el significado, llegando a esclarecer las ideologías o las intenciones del poder en el lenguaje. En el diseño de la investigación como corpus se tomaron 32 noticias de la revista *Semana*, entre el 7 de agosto y el 31 de diciembre de 2018. Posteriormente, se seleccionó un subcorpus de 23 titulares, con muestra no probabilística.

El método con el que se analiza e interpreta la información es el propuesto por Pardo (2013a). La autora plantea los siguientes pasos: primero, la exploración del corpus, con la que se da una mirada no detallada, aunque consigna unas categorías discursivas como los actores, las acciones, las formas de nominación, las figuras retóricas, el tema y el tópico. Para organizar la información obtenida se realizaron matrices de cada categoría propuesta.

Segundo, una etapa exploratoria descriptiva y una analítica. La exploratoria descriptiva, con el uso de sistemas informáticos para el análisis estadístico de datos, es útil para buscar frecuencias de aparición, *cluster*, *cotextos*, entre otros, aunque en este trabajo no se usa ningún sistema informático, pues se lleva a cabo de forma manual. La etapa exploratoria analítica se refiere al análisis lingüístico, que se divide en tres partes: el análisis de la consistencia-coherencia discursiva, el análisis de la transformación discursiva y el análisis de las formas de legitimación.

La primera fase se ejecuta enfocándose en el actor con más frecuencias de aparición, el presidente Duque, y la estrategia discursiva de la activación y pasivación.

En la segunda fase se realiza el proceso de triangulación de datos, las categorías *paz*, *actores*, *acciones*, y se analiza según la mirada de las estrategias de legitimación. En esta se busca el nivel del significado discursivo y de qué manera la revista *Semana* configura la imagen del principal actor del discurso.

En cuanto a la interpretación, Pardo (2013a) utiliza en su método niveles que van desde las relaciones de los actores del discurso hasta la identificación de las ideologías.

En la Tabla 1 se presenta la codificación de los diferentes tipos de titulares presentes en el corpus.

**Tabla 1.** Codificación de titulares

<b>FECHA</b>	<b>TITULAR</b>	<b>CÓDIGO</b>
11-08-2018	Los retos de Duque	TO1
30-08-2018	Duque y Timochenko en Casa de Nariño, el pacto nacional de medianoche	TA1
08-09-2018	Lo que viene para Iván Duque en la agenda de paz	TA2
11-09-2018	Romaña, segundo exjefe de las Farc que niega haber abandonado el acuerdo de paz	TA3
20-09-2018	Implementación de los acuerdos: los puntos comunes entre Duque y la ONU	TA4
25-09-2018	Así ha sido la inclusión para los excombatientes de las Farc	TA5
25-09-2018	¿Volver a la guerra?	TO2
03-10-2018	Aumentar presupuesto para defensa no tiene mucho sentido”: rector U. Pedagógica	TA6
21-10-2018	Iván Duque: ¿jugado por la paz?	TA7
24-10-2018	La destrucción de todo	TO3
29-10-2018	Dos ministros, al rescate de la reforma de la JEP	TA8
30-10-2018	El gobierno de IBAN Duque	TO4
12-11-2018	Duque no es Uribe: es Pastrana	TO5
19/11/2018	¡No sea terco, presidente!	TO6
21-11-2018	La estúpida forma como se manejan las relaciones internacionales en Colombia.	TO7
23-11-2018	Iván Duque muestra poco sentido de dirección: el análisis de The Economist sobre el gobierno.	TA9

26-11-2018	Dos años después: ¿cómo va el acuerdo de paz en la Colombia rural?	TA10
26-11-2018	La esperanza de la reconciliación, el mensaje de las tejedoras de Mampuján	TA11
10-12-2018	En encuentro con desmovilizados, Duque se vio con Joaquín Gómez	TA12
14-12-2018	Iniciativa busca que áreas protegidas y guardaparques sean considerados víctimas del conflicto.	TA13
17-12-2018	En Girardota se producen frutos de paz	TA14
17-12-2018	“Materializamos la paz”: alcalde de Girardota	TA15
18-12-2018	¿Se puede enseñar a un niño el ABC de la paz?	TA16

TO = titular de opinión

TA = titular de artículo informativo

Fuente: autores.

## Resultados y discusión

En una primera lectura de exploración del corpus se evidenció que los titulares de la revista *Semana* trataban diferentes temas y se enfocaban en asuntos políticos, sociales y ambientales.

En cuanto a los actores presentes en los titulares de prensa de la época del posconflicto y del cambio de Gobierno se observa una alta aparición del presidente Iván Duque, que es el actor referente y principal a quien sigue la revista sobre el proceso de paz. Los demás actores identificados en los titulares se enmarcan como actores sociales, de género, excombatientes y representantes de otras instituciones u organizaciones.

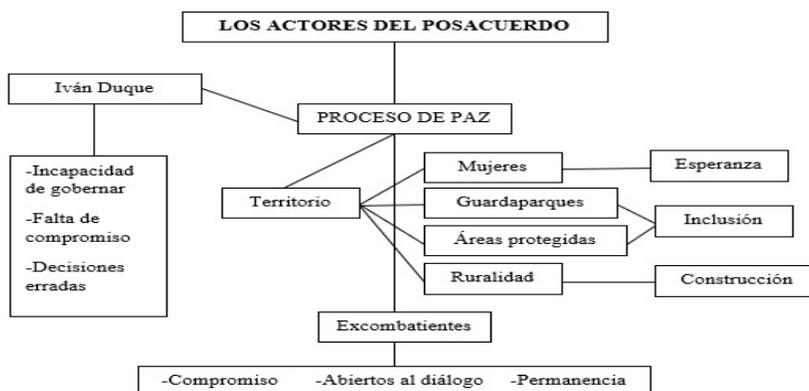


Figura 1. Red conceptual de actores del posacuerdo.

Fuente: los autores.

Se evidencia que, en el contexto en que se desarrollaron los discursos periodísticos con las creencias y opiniones particulares, existía una incertidumbre sobre la continuidad del proceso de paz y su impacto en todo el territorio nacional e incluso internacional. De acuerdo con Charaudeau (2002), se hace un recorrido del discurso político, que articula el lenguaje y la acción, para generar juicios, opiniones sobre el comportamiento social sobre la paz, y así producir cambios en ese comportamiento social desde el contexto, el cual está regulado por los actores soberanos y sus grupos sociales.

Con referencia a la nominación, en la Tabla 3 se observa la interacción entre los diferentes actores que inciden en el discurso del proceso de paz, según los titulares de prensa.

**Tabla 3.** Clasificación de formas de nominación

<b>NOMBRE PROPIO</b>	Duque, Timochenko, Romaña, Joaquín Gómez, ONU
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Ministros, mujeres de Mampuján, guardaparques, bosques, Girardota, desmovilizados, excombatientes, áreas protegidas

Fuente: los autores.

De acuerdo con Pardo, la nominación es un recurso mediante el cual se identifica un objeto o ser entre los demás objetos o seres en el mundo (2013b, p. 110). En la interacción entre los diferentes actores que inciden en el discurso del proceso de paz, según los titulares de prensa se encontró que el nombre común recoge una serie de categorías, contextos, representaciones de líderes y se emplea para hacer referencia a rasgos esenciales de una identidad social. El nombre común se encuentra en el corpus para nombrar el grueso de la población de diferentes sectores que esperan las decisiones del primer mandatario para modificar los acuerdos de paz.

El actor principal en los titulares es el presidente Iván Duque, lo que ratifica que las relaciones del poder en el discurso público son privilegio de unos actores que tienen el acceso a los medios de comunicación (Pardo, 2013b). Se resalta en el corpus que sus acciones gubernamentales se caracterizan por generar incertidumbre, pues crean en la opinión pública un sentimiento colectivo de volver al pasado, como expresan los TO2, TA7, TO5.

Desaparecen los calificativos negativos, donde la categoría de la estructura semántica no es el agente sino el paciente, como se ve en TA2. De esta manera, *Semana* le da un lugar central y le elabora una imagen distanciada de lo esperado por sus votantes en la campaña, lo que responde a una de las finalidades del discurso propuesta por Charaudeau (2002): “La organización del contenido, hace referencia a identificar actores de una sociedad que busquen un interés particular en torno a valores que son referencia para consolidar la mediación social” (p. 113).

Con respecto al análisis de las formas de legitimación en el discurso de los titulares de tipo informativo, se hallan diferentes formas de presentar a los actores del posconflicto, como se puede observar en la Tabla 4. Las estrategias discursivas son hilvanadas haciendo uso de dos formas: la evaluación y la autorización. Teniendo en cuenta la propuesta de Pardo (2013a), la evaluación involucra la asignación de nominaciones a los actores, las cuales cargan valoraciones normativas puntuales, contribuyen a una presentación positiva de *nosotros* y una construcción negativa de *ellos*.

**Tabla 4. Triangulación estructura semántica y legitimación**

CÓDIGO	ACTOR	ACCIÓN	FENÓMENO SOCIODISCURSIVO
TA1	Duque y Timochenko	Paz	Legítima
TA2	Duque	Paz	Legítima
TA3	Romaña	Paz	Legítima
TA4	Duque y ONU	Paz	Legítima
TA5	Excombatientes	Paz	Legítima
TA6	Rector Universidad Pedagógica	Paz	Legítima
TA7	Duque	Neutra	Legítima
TA8	Ministros	Guerra	Ilegítima
TA9	Duque	Paz	Legítima
TA10	Rural	Paz	Legítima
TA11	Mujeres Mampuján	Paz	Legítima
TA12	Duque y Joaquín Gómez	Paz	Legítima
TA13	Áreas protegidas y Guardaparques	Paz	Legítima
TA14	Girardota	Paz	Legítima
TA15	Girardota	Paz	Legítima
TA16	Niñez	Paz	Legítima

Fuente: los autores.

Estas dos formas fueron utilizadas en TA9, en el que se puede observar que a través del recurso lingüístico se da una evaluación peyorativa, partiendo del adjetivo indefinido “poco” y del contexto de “sentido de dirección”. *Semana* cita directamente un medio de comunicación internacional, *The Economist*, encubriéndose en otro actor discursivo, para lo que “actúa guiado por una especie de mano invisible, que a la vez orienta y protege a quien actúa en su nombre” (Charaudeau, 2002, p. 118). De este modo, *Semana* cita una voz de autoridad y de carácter mundial para reforzar su discurso y darle veracidad comprobada (Pardo, 2013a), con lo cual, por una parte, deslegitima el proceder del Gobierno de Duque, y por otra, protege los intereses comunes de los colombianos y del proceso de paz.

Por medio de TA11, TA3 y TA15 *Semana* expone a un grupo de actores para construir un sistema de creencias sobre los beneficios de la paz. Con esto plantea un proceso de cognición social, cuyo propósito es generar las representaciones sociales de un grupo que pueden ser compartidas por otros (Van Dijk, 2003). La revista destaca las acciones tendientes a la construcción de la paz de esta población en los territorios del país. En términos de Charaudeau (2002), se observa que la intención se da por la ubicación del sujeto Iván Duque en una situación determinada (incertidumbre por la paz) para buscar el propósito de la acción comunicativa: garantizar la implementación de los acuerdos de paz.

Otro de los recursos empleados que se halla en TA14, TA2, TA12, TA1, TA13, TA5 es la narrativización, “que consiste en la atención discursiva a los detalles de los acontecimientos para darles un carácter excepcional” (Pardo, 2013b, p. 185). Especialmente presta atención a ciertas acciones que se resaltan por encima de otras; los verbos hablan del pasado: se “vio”, o del presente del proceso: cómo “va el acuerdo”, “Así ha sido la inclusión” o de un acto por realizar “cómo enseñar”. Los anteriores titulares hacen ver el proceso de paz en movimiento, de ser un continuo de actos inacabados, algunos sin concreción, una narrativa que sigue sus ciclos, en la cual sus actores aportan o se deben ligar a una idea ya gestada.

### **Formulación de los modelos mentales**

Conforme al contexto social que vivía Colombia en el año 2018, *Semana*, como actor político, toma las creencias de diferentes actores para convertirlas en discursos que permitan transformar los modelos mentales de la sociedad en la necesidad de continuar con la paz. En este sentido, por medio de la agrupación de opiniones, se genera la imagen de falta de independencia frente a la toma de decisiones por parte del presidente, proceso que se da con la lexicalización tendientemente negativa. Esto crea comunidades de opinión, “cuyos miembros se encuentran unidos por medio de una doxa, conjunto de creencias compartidas que son objeto de un discurso” (Charaudeau, 2002, p. 109). Según los planteamientos de Van Dijk (1999) sobre la ideología, se puede decir que la construcción de la realidad de la paz y su interpretación dependen de los modelos mentales, por lo que *Semana* busca crear consenso social en las opiniones sobre la paz.

### **Formulación de los esquemas fundacionales**

Para evidenciar los esquemas fundacionales se trianguló la fecha del titular, el titular, la temática y la acción, y se interpretó la información de acuerdo con los autores que fundamentan nuestro estudio. A continuación, se presenta una síntesis de dicho resultado.

*Semana* (TO1) pretende alertar sobre la situación del país, al detenerse sobre unos puntos neurálgicos de la escena política. En los titulares se presenta una fuerza de verdad por parte de los opositores de la JEP (TA1) y de *Semana* (TA2),

que evidencia como todo discurso persigue una finalidad por medio de un marco situacional (Charaudeau, 2002).

Teniendo en cuenta que las ideologías se reproducen con los usos cotidianos (Van Dijk, 1999), en TA3 la revista trata de ser más persuasiva cuando reafirma el compromiso del excombatiente de cambio. En TA4 se visibiliza lo positivo, la concordancia entre el mandatario y la ONU, mientras que en TA5 se visibiliza a un actor importante para el proceso de paz: los excombatientes. Puede decirse que *Semana* plantea el principio estratégico general de todo discurso político e ideológico que limita el habla y el texto político, ya que busca resaltar las buenas acciones de los excombatientes, poniéndolos en unas condiciones de vulnerabilidad, situación que gran parte de la sociedad colombiana vive, y de tal modo, se puede sentir identificada. De acuerdo con Pardo (2013b), se da una forma de nominación para inferir que son los guerrilleros de más bajo rango, que no tienen preeminencia por su nombre en particular sino por su número.

En TO2, el columnista busca hacer recapacitar al presidente Duque, esperando que se haga responsable de la agenda del proceso de paz; en TA6 se da a entender, dada la situación histórica, que el presidente toma decisiones político-económicas poco lúcidas o bien incoherentes sobre el proceso de paz. En TA7 la relevancia de la noticia se determina por intereses no solo basados en los valores periodísticos de los medios de comunicación, sino también en los actores que ejercen el poder en el sistema social y controlan la información (Van Dijk, 1996, p. 178). La revista genera un sistema de alerta sobre la importancia de implementar proyectos de ley que respondan a las necesidades de la sociedad en el marco del proceso de paz (TO3). Así, el discurso en la esfera de la política trata de “regular el mundo del gobierno a través de la instauración de instancias legislativas y ejecutivas, y en repartir tareas y responsabilidades” (Charaudeau, 2002, p. 115). Igualmente, se encarga de generar un sistema de alerta sobre la necesidad de garantizar el cumplimiento de los acuerdos de Estado como el proceso de paz (TA8).

En TO4 se utiliza un elemento paralingüístico como la mayúscula sostenida, con el objetivo de resaltar y no pasar por alto la lectura. El titular cambia el nombre del presidente por el verbo con el que tiene una coincidencia fonética, tiempo verbal que hace referencia a un pasado próximo (Van Dijk & Rodrigo, 1999). La articulista en TO5 realiza un símil al comparar al nuevo mandatario con otro anterior: Pastrana, distanciándolo de su jefe de partido: Uribe; mientras que en TO6, en la escena de la acción comunicativa política, el periodista hace referencia a los actores partícipes que tienen el poder de ejercer la autoridad para influir en las opiniones de otros (seducción y persuasión) y establecer los consensos entre la memoria de la acción y el contexto en que se halla (Charaudeau, 2002).

TO7 descalifica la forma de proceder del Gobierno en el ámbito internacional; resaltar el hecho ayuda a mostrar la mentalidad guerrerista del nuevo Gobierno, que lo lleva a desconocer lo acordado con la comunidad internacional y lo hace ver como un ente arbitrario. El TA9 menciona un actor internacional: la revista *The Economist*, la cual evalúa el mandato del nuevo presidente. En este se evidencia la incapacidad del presidente para llevar el rumbo del Estado, opinión que se refuerza por la voz de una revista especializada en economía y política. TA10 interroga sobre la actualidad de un punto primordial en el proceso de paz. Este titular es de gran importancia, porque alerta sobre el principal factor del conflicto en Colombia. En el TA11 se visibiliza una parte de la sociedad que ha vivido en carne propia la violencia; se rescata un símbolo de tolerancia, reconciliación y paz: las tejedoras de Mampuján, ejemplo para la construcción de un mejor país.

La visita de la Comisión de Verificación del Acuerdo de Paz de la ONU a Colombia es el marco situacional de TA12: el presidente Duque entabla diálogo con Gómez, comandante del Bloque Sur y parte del equipo negociador en La Habana, pasos que parecían acabar hasta cierto punto la incertidumbre que existía sobre el proceso en aquellos momentos. También, en TA12 se crea en una imagen mediadora del presidente, poniéndolo más cerca de los acuerdos y dispuesto a cumplirlos. Por su parte, el TA13 permite identificar la intención de *Semana*: generar un debate sobre la multidimensionalidad de las víctimas del conflicto. Clasificar la frontera agrícola como víctima, con lo que pretende crear sanciones a fin de promover su posible reparación y la no repetición de actos que atenten contra el medio ambiente. Asimismo, busca mostrar las consecuencias de la paz en la sociedad, con lo cual el medio de comunicación orienta las temáticas en pro de la paz y demuestra su posición ideológica (TA14, TA15). Según Van Dijk (1996, p. 85), el “tema de la categoría de las consecuencias pueden tener la misma posición jerárquica que el tema de los sucesos principales e incluso pueden llegar a convertirse en el tema de más alto nivel y reflejarse en los titulares”.

## **Organización de las representaciones sociales**

No hay un consenso establecido en la sociedad colombiana con respecto al posacuerdo. Los datos arrojados por los titulares demuestran una sociedad dividida frente al proceso de paz. El sistema político colombiano se ha basado en unos discursos de polarización: se resaltan valores y creencias sobre la paz, contruidos no solamente por hechos históricos, sino también por el olvido del Estado en diferentes regiones. Hay crisis de movilidad, falta de comunicación entre los departamentos, problemas en el sistema de salud, pequeños grupos armados que gobiernan zonas donde no se encuentra la presencia del Estado. Incluso los medios de comunicación han logrado mantener diferentes estructuras ideológicas en la sociedad colombiana de centro y periferia.

Lo anterior demuestra que se ha estado poniendo trabas al cambio por las políticas nacionales, como se observa en las actitudes desacreditadoras de los

columnistas sobre el manejo del Gobierno, y también en la periferia que ha vivido lo más cruento del conflicto: los campesinos, los excombatientes y las víctimas. De esto resultan unos tipos de “comunidades comunicacionales, cuyos miembros se encuentran unidos por medio de una memoria de acción que les da la ilusión de estar fusionados dentro de un mismo comportamiento, en nombre de una misma opinión” (Charaudeau, 2002, p. 113).

### Desentrañamiento de las ideologías

En la Figura 2 se esquematizan las ideologías presentes en el discurso de la revista *Semana* sobre el proceso de paz durante los primeros cuatro meses de mandato del presidente Iván Duque.



Figura 2. La ideología de la paz.

Fuente: los autores.

El desentrañamiento de las ideologías en *Semana* muestra la construcción de dos grupos claramente diferenciados: a pesar de que la revista no hace parte directa de dicho proceso, Osí toma partido mediante los titulares de noticias, porque hace valoraciones negativas de alguna decisión presidencial o gubernamental y abre además espacios para que sus columnistas de opinión expresen sus posiciones en contra del mandatario. Ello deja entrever posturas ideológicas de estos frente a la paz, que crean dos grupos claramente diferenciados.

La representación negativa se realiza principalmente en los titulares de opinión. Estas opiniones, según Van Dijk, se basan en actitudes, definidas como “las creencias evaluativas generales (opiniones) que están socialmente compartidas por

un grupo” (1999, p. 65). Además, se basan en un conocimiento de la experiencia social y tienen criterios de valores; metafóricamente, dice Van Dijk, son los ladrillos básicos de las evaluaciones involucradas en las opiniones sociales (1999, p. 102). La forma de evaluar, con fundamento en los valores, no tiene gradaciones o escalas, es un contraste entre lo bueno y lo malo.

La ideología también se demuestra en las creencias compartidas por diferentes grupos. Los actores en *Semana* tienen sus creencias construidas con fundamento en la experiencia del conflicto armado, que se refleja en las posiciones adoptadas ante el proceso de paz. Las creencias no solo guían el pensamiento, también guían la acción, como se demuestra en los titulares donde se tematiza sobre el municipio de Girardota. Implícitamente, la ideología como valor tiene presencia en lo escrito por *Semana*, que crea la balanza entre lo bueno y lo malo para Colombia. Aunque no lo explicita en su discurso, se puede deducir en los titulares de opinión en los que se hacen evaluaciones negativas del Gobierno, como también en los titulares de noticias que presentan de forma neutra o positiva al resto de los actores.

### **Conclusiones**

La revista *Semana* trata temáticas políticas, sociales y ambientales, en ellas se presenta un discurso que genera alertas sobre temas del posacuerdo en esta nueva estructura política para hacer entender que el proceso de paz es una política de Estado y no del Gobierno. Los actores están acordes con las temáticas. El análisis de los actores del corpus demuestra la constante aparición del presidente Iván Duque. Es el actor referente y principal, por ser el encargado de tomar las decisiones que influyen en el desarrollo de la sociedad colombiana. En la contraparte aparecen los voceros de las FARC, que representan los valores compartidos de otra fracción de la sociedad, con la que el nuevo mandatario debe buscar un consenso social.

Ambos son determinados con sus nombres propios porque son los encargados de la toma de decisiones y dirección de grupos. Por otra parte, el nombre común recoge una serie de actores para nombrar al grueso de la población de diferentes sectores que esperan la toma de las decisiones.

Las formas de legitimación se analizaron desde las estrategias discursivas, que fueron hilvanadas usando dos formas: la evaluación y la autorización. Se evalúa al Gobierno por medio de lexicalizaciones negativas y se deslegitiman sus acciones cuando son contrarias al proceso de paz. Las evaluaciones se manifiestan principalmente en los titulares de opinión. En algunos titulares toman fuerza a través de la estrategia de autorización, al citar voces, una internacional como New York Times, y una local como la del rector de la Universidad Pedagógica de Colombia. Se legitiman cuando hay acercamientos al diálogo por parte del Gobierno. En cuanto al resto de los actores, la evaluación es positiva con verbos como compromiso, inclusión, producción.

El lenguaje retórico se aprecia principalmente en el uso de las metáforas, específicamente estructurales y ontológicas. Según la teoría de la relevancia, utilizar este tipo de lenguaje rompe con los esquemas tradicionales para facilitar la velocidad de comprensión del titular, así como la síntesis de situaciones que pueden tener explicaciones largas y no se acomodan al espacio y la extensión que debe tener un titular. Además, en esos titulares se emplean construcciones semánticas del lenguaje coloquial. Vale anotar que la síntesis lleva consigo la carga de valores, actitudes y creencias que construyen un imaginario sobre los actores del posconflicto, tendiente a resaltar lo positivo del proceso de paz.

Ideológicamente, la revista *Semana* buscó visibilizar los acuerdos de paz en la agenda pública del Gobierno de Iván Duque, formando discursivamente diferentes voces de la sociedad colombiana y de los actores internacionales que creen en la continuidad del proceso de paz como el único camino que conduce a la transformación y reconstrucción del tejido social, económico y territorial, especialmente en las zonas donde se ha vivido el conflicto armado.

En su discurso periodístico, la revista crea una estructura ideológica sobre las creencias, las actitudes y los valores de diferentes actores, formando grupos de opinión a favor del proceso de paz y en contra de las posturas y decisiones del presidente que perjudican al proceso. Así, asume su rol de actor, de ser capaz de incidir en las opiniones sociales y generar un equilibrio en las relaciones de poder que deben existir entre el Estado y el Gobierno, a través de la construcción de un discurso sobre el conocimiento social de la paz y las consecuencias de volver a la guerra.

## Referencias

- Aguillón, P. & Molero, L. (2011). Estrategias ideológicas en la construcción de los titulares de sucesos en la prensa regional venezolana. *Boletín de Lingüística*, (23), 35-36. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34723240002>
- Álvarez, L. & Suárez, L. (2016). Análisis crítico del discurso en la apertura de los diálogos de paz en Colombia (2012). *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (28), 69-89.
- Cairo, H. & Ríos, J. (2019). Las élites políticas y la paz territorial en Colombia: un análisis de discurso en torno al Acuerdo de Paz. *Revista Española de Ciencia Política*, (50), 91-113. <https://doi.org/10.21308/recp.50.04>
- Chaudri, I. (2016). *Análisis discursivo de los titulares de prensa sobre la inmigración marroquí (2007-2013)*. (Tesis doctoral). Universidad de Alicante, España.
- Charaudeau, P. (2002). ¿Para qué sirve analizar el discurso político? *Designis*, (2), 109-124. <http://www.designisfels.net/publicaciones/revistas/2.pdf>
- Londoño, O. (2013). *Entrevista a Teun A. van Dijk*. Universidad de Ibagué.

- Monedero, J. C. (2016). *Lenguaje, ideología y poder* (2.ª ed.) Ediciones Castilla.
- Ortiz, A. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas*. Ediciones de la U.
- Palacios, J. (2019). ¿A favor de quién? Análisis crítico de titulares y fotografías de prensa sudamericana, en el caso “Operación Libertad” -Venezuela. *En 1er. Congreso Internacional de Ciencias Humanas. Humanidades entre pasado y futuro*, Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín. <https://www.academica.org/1.congreso.internacional.de.ciencias.humanas/1525>
- Pardo, N. (2013a). Análisis crítico del discurso: conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (19), 41-62. [https://revistas.upc.edu.co/index.php/linguistica\\_hispanica/article/view/447](https://revistas.upc.edu.co/index.php/linguistica_hispanica/article/view/447)
- Pardo, N. (2013b). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Universidad Nacional de Colombia. [https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/20012/C%3b3mo%20hacer%20ACD.pdf?sequence=2&isAllowed=yCómo hacer ACD.pdf \(unal.edu.co\)](https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/20012/C%3b3mo%20hacer%20ACD.pdf?sequence=2&isAllowed=yCómo hacer ACD.pdf (unal.edu.co))
- Pizarro, T. (2018). Lenguaje, ideología y poder: posicionamientos desde la pragmática y el análisis crítico del discurso. *Question*, 1(58), e057. <https://doi.org/10.24215/16696581e057>
- Sánchez, J. P. (2006). El culturalismo: atrofia o devastación. *Revista Perfiles Latinoamericanos*, 27, 193-225. <https://perfilesla.flacso.edu.mx/index.php/perfilesla/article/view/231/185>
- Van Dijk, T. A. (1994). *Discurso, poder y cognición social*. En *Conferencias en la Universidad del Valle*, dictadas en octubre de 1994, Maestría en Lingüística. <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso,%20poder%20y%20cognici%F3n%20social.pdf>
- Van Dijk, T. A. (1996). *La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós Ibérica.
- Van Dijk, T. A. (1999). *Ideología*. Editorial Gedisa., S.A. Barcelona, España.
- Van Dijk, T. A. (2003). *Ideología y discurso*. Ariel Lingüística.
- Van Dijk, T. A. (2004). From Text Grammar to Critical Discourse Analysis. In T. A. van Dijk, *From Text Grammar to Critical Discourse Analysis* (p. 46). Universitat Pompeu Fabra. <http://www.discourses.org/OldArticles/From%20text%20grammar%20to%20critical%20discourse%20analysis.pdf>

Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder. Contribuciones a los estudios críticos del discurso*. Editorial Gedisa.

Van Dijk, T. A. & Rodrigo, I. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Editorial Abya-Yala.