

Mediación, violencia e imaginarios en el Eje Cafetero

JUANA RAMÍREZ CASTRO*

Abstract

El presente artículo corresponde a los resultados de un estudio sobre la realidad de la mediación en la ciudad de Manizales. Dicho estudio parte de considerar la mediación como un campo de confrontación intertextual, como un terreno dialógico que “configura una espacio de tensión y adopción del cual sólo es posible descubrir y develar dispositivos simbólicos” (A. Silva) que definen cierta imagen instantánea, temporal, de la realidad social. En un intento de comprender los dispositivos que participan como referentes simbólicos de la acción social, tanto en la emisión como en la recepción, se desarrolló este estudio, sobre una temática específica colombiana: la violencia, con el objetivo de mirar la posible confrontación o adecuación presente en el proceso de mediación.

Definir cuáles son los imaginarios colectivos que determinan tanto la producción como el consumo de los mensajes con contenido de violencia en los actores del proceso de comunicación mediática, permitió realizar un primer acercamiento a la formas abstractas que alteran los actos tanto de facturación como de exposición del mensaje. La razón: la lectura de los “imaginarios” por un lado, alude a un pensamiento (por ahora será llamado así) particular del emisor (sujeto activo) desde el cual interpreta y factura la realidad informativa que presenta en el mensaje, y por otro, la convicción del receptor (sujeto pasivo) desde la cual selecciona, interioriza, memoriza e interpreta la realidad expuesta en el mensaje.

De allí que la lectura de las “formas abstractas interiorizadas”, permite comprender el fenómeno de mediación en la región sobre un acontecer en

donde existan o hayan existido acciones de “violencia”. Reconocer las formas y los valores que sobre este asunto existen tanto en los emisores como en los receptores permite además observar la convergencia o divergencia de lecturas de la realidad que se presenta e interpreta en y a través de un mensaje mediático. Por ello, el Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación de Comunicación Social y Periodismo decidió desarrollar esta primera aproximación para obtener datos de la relación de conflicto o adecuación sobre los sentidos sociales presentes como “realidades mentales” en los actores y protagonistas del proceso de comunicación mediático.

Por lo anterior, el presente estudio es un aporte al conocimiento de la dinámica mediática en la región. El lenguaje de análisis utilizado en la investigación fue cualitativo. Este trabajo se desarrolló desde dos campos de observación: el de los mediadores y el de los receptores y, bajo dos técnicas: una no experimental y otra experimental. El trabajo en el primer campo de observación se hizo sobre los mediadores (directores, jefes de redacción, editores, fotógrafos, camarógrafos y periodistas) de los diarios La Tarde, Diario del Otún, La Patria y La Crónica, de los noticieros del canal regional de televisión Telecafé (TVA, UNC y UnoA) y de las emisoras RCN, Caracol y Todelar de Manizales, Pereira y Armenia. El trabajo en el segundo campo de observación se hizo en receptores de las tres ciudades, entre los 15 y los 29 años, divididos en cuatro grupos etáreos.

Para la recolección de información se decidió optar por dos tipos de técnicas: una no experimental de encuesta en ambos campos cuyos instrumentos se definieron sobre las mismas categorías observacionales y la mismas variables. Todo ello, con el fin de facilitar una lectura comparada de los imaginarios.

* Asistente, Juanita Jaramillo. Estudiante en práctica. Observatorio de Medios.

Ahora bien, con la técnica experimental desarrollada en grupos focales de receptores definidos por la edad, previa obtención de resultados de la primera aplicación técnica no experimental, se pretendió confrontar los imaginarios de los mediadores desde productos preseleccionados desde variables obtenidas con la primera técnica. Lo anterior se hizo con el objetivo de identificar las reacciones y recavar más información sobre los preconceptos que se tienen antes y durante el consumo de los mensajes ya elaborados por los medios (con las características planteadas por los mediadores), de las opiniones de los mensajes específicamente visuales, y de las formas abstractas anteriores que determinan la exposición al mensaje.

En ambas etapas se aplicaron entrevistas semiestructuradas con cuestionario a un total de 114 receptores y 36 mediadores y, además de la información básica contenida en las preguntas, se observaron elementos de la comunicación no verbal como expresión corporal y actitudes frente al tema

De la discusión sobre “Imaginarios”

La mediación en su dimensión social implica asumir la comunicación mediática como un intercambio entre la construcción informativa realizada por el emisor sobre una realidad social cualquiera, y la misma realidad social en la que está inmersa el receptor del mensaje informativo. De esta manera, y parafraseado a J.J Brunner la comunicación hace posible la circulación y colectivización de sentidos, de significados y símbolos que produce la misma sociedad. Al respecto Jesús Martín-Barbero sugiere que una investigación en el campo social debe conducir al reconocimiento de los espacios sociales de interacción y producción de sentidos espacios.

Así, la mediación se establece como un proceso entre la reproducción de la realidad y de reconocimiento¹ de la misma. Pero estos procesos

(reproducción-emisor y reconocimiento-receptor) parten de sentidos particulares y colectivos preexistentes al proceso de elaboración y de exposición, desde los cuales se ajusta e interpreta el contenido del mensaje informativo². Así pues, el eje de interacción entre el emisor-receptor se da desde sentidos sociales previamente dibujados y delimitados que definen el contenido de los mensajes que circulan.

Pero, ¿dónde están esos sentidos sociales previos que determinan la forma de mediar la realidad?. En la medida en que esos sentidos sociales responden a una interiorización, ellos se encuentran inmersos en formas mentales que sugieren la manera de apropiación del entorno tanto físico como social. Formas sensibles que permite establecer una relación clara con la realidad. De esta manera es que el “*ser humano no se conforma con el mundo percibido y asimilado... sino que a partir de lo vivido, conocido, elaborado y no elaborado, recrea su propia imagen, acude a la imaginación, articula lo vivido en nuevas combinaciones mentales las cuales se traducen en representaciones imaginarias*”³ En éste estudio se llegó a la determinación de que, para analizar las “re-presentaciones” que intervienen en el proceso de mediación, era necesario observar la coincidencia o no de los imaginarios que determinaban la re-producción y el re-conocimiento de una realidad particular dentro de los mensajes informativos con contenido de violencia

La mediación como un proceso dual, donde lo mediado no es una construcción terminada sino más bien ajustada por un sujeto que informa, supone la presencia de códigos que facilitan o impiden la lectura del mensaje por parte del sujeto informado. Pero el eje en este caso no es el mensaje, sino la realidad que es mediada y la relación que se establece desde los imaginarios entre los mediadores y los recepto-

1 Se habla de reconocimiento en un sentido amplio. Esto es, tanto como una forma de referenciación colectiva e individual de la realidad externa e interna, como de la apropiación, aprehensión e interiorización de realidades diversas a los contextos histórico y biográficos de un grupo social y de sus miembros.

2 De esta manera, la mediación se asume como un proceso cíclico e inacabado pues supone una realidad social en constante transformación que debe ser reproducida para que sea reconocida. Tras ese reconocimiento, el individuo y los grupos sociales responden a la representación del mundo inmersa en el mensaje, aumentando las perspectiva de “lo social” y generando procesos dinámicos de transformación a partir de la resignificación

3 Tribiño Avendaño, Fabio www.barriotaller.org.co/el2htm

res en torno a dicha realidad, que en este caso es la violencia. No corresponde a este estudio ofrecer una definición acerca de lo que es o no la violencia, pues se modifica el proceso de reconocimiento de los imaginarios al estar delimitados por conceptos preestablecidos por los investigadores.

Pero, para encontrar dicha relación a través de los llamados “imaginarios”, el Observatorio se enfrentó al problema de definición de las categorías de análisis y de allí a las categorías de observación⁴. La razón, existe una discusión sobre la definición de lo que es un “imaginario”. Por un lado, el psicoanálisis nos impone la visión estructural de una triada cuando se habla de imaginario, la antropología sugiere que los mitos son relatos sociales institucionalizados, si se quiere significados “cristalizados” socialmente y que los imaginarios no pueden ser colectivos sino que se refieren a representaciones particulares del mundo.

Aunque hablar de imaginario implicaría abordar el campo del psicoanálisis, en este estudio se limitó el concepto al plano psicosocial, a aquello que tiene que ver con el comportamiento individual y con las dinámicas culturales de producción y consumo del mensaje informativo con contenido de violencia. Así pues se entendió imaginario, adoptando la definición de Jesús Martín-Barbero, como como la mixtura entre imágenes y representaciones de lo que vivimos y soñamos. A partir de esta definición se

asumieron tres categorías de análisis que para los efectos también fueron las categorías de observación en: representaciones, concepciones e ideales.

Por *representación* se entendió aquí la imagen mental que define la realidad “*Las imágenes son representaciones sensibles de los objetos exteriores, signo de las cosas*”⁵. En otras palabras, es la manera en que el receptor o el mediador dibuja la realidad como una imagen mental, como una forma abstracta e intangible. Por *concepción* se entendió la forma de definición, a través de la relación de proposiciones que expresan las características de la realidad. “*La esencia de un concepto se constituye por las proposiciones características y más generales que definen una clase de objetos, de relaciones o de operaciones... El concepto a decir verdad reúne todas las proposiciones predicables de una clase de*

objetos, de una clase de relaciones o de una clase de operaciones”⁶. Y finalmente, por *ideales* se entendió un deber ser de la realidad al cual aspira el ser humano⁷.

A través de un análisis comparativo de estas tres categorías, se identificaron los imaginarios colectivos, es decir, aquellos comunes a un grupo especí-

fico, en este caso al grupo de mediadores y de receptores. Sobre estas tres categorías se intentó reconstruir los imaginarios colectivos de mediadores y de receptores sobre el mensaje informativo con contenido de violencia.

La mediación como un proceso dual, donde lo mediado no es una construcción terminada sino más bien ajustada por un sujeto que informa, supone la presencia de códigos que facilitan o impiden la lectura del mensaje por parte del sujeto informado.

4 Las categorías se presentan en el sentido kantiano, como formas del entendimiento, claro está que no así la determinación de “categorías de análisis o de observación”.

5 Vidal Peña, Jorge. *Imaginación, símbolo y realidad*. Ed. Universidad Católica de Chile. 1987.p. 99

6 De Zubiría, Miguel y Julian. *Biografía del Pensamiento: Estrategias para el desarrollo de la inteligencia*. Ed. Magisterio Colección Mesa Redonda. Bogotá, 1995. p. 53.

7 Cabe señalar que dentro del Observatorio se discute en la actualidad la observación de otra categorías: las sensaciones.

Algunos Resultados

Sobre la concepción de “la violencia”

No definir previamente la violencia fue tal vez la decisión más acertada durante el diseño de este proyecto de investigación. No se trataba de simplificar el trabajo sino de ampliar las posibilidades de información. A pesar de que no hay en mediadores o receptores una conceptualización de la violencia o de lo violento como tal, se encontraron elementos que intentan definir y ejemplificar lo que para la mayoría de ellos significa este concepto. Por ejemplo, para definirla mencionan “la agresión -física y verbal-, el maltrato, el desacuerdo, las reacciones bruscas, la transgresión de derechos y la irracionalidad”.

Al comparar la concepciones se encuentra que algunos mediadores definieron la violencia como una “manifestación descontrolada, irracional y antisocial” o bien como un “desorden evidente” o una “actitud o conducta no normal”. También la definen en términos generales como una acción en contra del orden social, entendido éste desde la paz, la tranquilidad, las buenas costumbres, los derechos humanos, la ley y la integridad personal. Este es un punto común entre ambos grupos de análisis y a pesar de que los mediadores no incluyen lo legal en su relato, sustentan la violencia como lo contrario a la autoridad al orden social, entendida desde instituciones políticas, militares y del poder político establecido.

Como se ve, esta referencia de la violencia en los mediadores determinará la selección de elementos al momento de elaborar el mensaje sobre la realidad informativa junto con elementos como las fuentes y los hechos de referencia que se expongan.

Entre tanto, los receptores prefirieron utilizar términos más cotidianos, en su elaboración conceptual como “agresión contra persona, objeto o algo a la mano” o simplemente afirmando que

La diferencia entre los imaginarios de los receptores y los de los mediadores radica no en los elementos sino en la valoraciones.

la violencia es “lo que estamos viviendo en Colombia ahora” La diferencia entre los imaginarios de los receptores y los de los mediadores radica no en los elementos sino en la valoraciones. Por ejemplo, los receptores acuden a razones emotivas como la falta de *tolerancia*, *la incompreensión y el sufrimiento*” y conciben la violencia desde la persona o el medio de agresión. Es común encontrar que para ellos la violencia es “aque-

llo que agrede” o “la persona que hace daño” “la persona agresiva, incapaz de razonar (sic)”. En los mediadores tiende a prevalecer la situación sobre la persona y más aún, la circunstancia de interés general sobre lo cotidiano, lo personal o

lo individual. Ello se observa en expresiones como “acción en contra”, “represión” o “enfrentamiento”. Además, está representada en algunas situaciones que comprometen la ética profesional como “faltar a la verdad”, “dar connotaciones de guerra a un evento deportivo” y la “falta de objetividad en las noticias”.

Sin embargo, los receptores entre 15 y 29 años mencionan algunas situaciones que no necesariamente hacen parte del proceso mediático y que son parte de la vida diaria de la realidad no mediatizada, directamente relacionadas con sentimientos y acciones de interés personal. Algunas de estas situaciones referidas son por ejemplo, *peleas, discusiones, violencia intrafamiliar*.

Sobre la representación de “la violencia”

Los mediadores evocan imágenes relacionadas con *guerra, secuestro y homicidio* para expresar qué es la violencia. Entre tanto los receptores acuden a adjetivos para hacerlo: “tonto, bruta, maldito, inservible”. Como se ve, para los mediadores son más violentas las palabras que representan situaciones de tensión mientras que para los receptores lo son aquellos adjetivos que chocan contra la dignidad y el buen nombre del individuo.

Esto es más claro cuando los emisores mencionan, por ejemplo, “*balas, disparos, sirenas, conmoción, sangre, bombas, crimen*” durante la descripción de situaciones de violencia. Esto nos permite enfatizar que para ellos el carácter violento de una situación alude directamente a situaciones contrarias al orden público. Es como si la violencia sólo estuviera referida en situaciones de este tipo. Las situaciones que mencionan como violentas tienden a ser ajenas a su realidad y aquellas que se relacionan a su ámbito personal de todas maneras tienen en cuenta elemento de “lo público”. Una situación violenta es, por ejemplo, “*ausencia de democracia*”, “*criterio egoísta a la hora de informar*” y “*comportamiento del estado*”.

En el caso de los receptores ocurre lo contrario. Éstos individualizan la violencia, es decir, la asumen como un acto contra el “otro” o la “otra” más que contra grupos o comunidades. Se continúa dando más prioridad a situaciones de violencia familiar, maltrato, peleas y “*hablar duro*” o “*decir cosas feas*” que sobre acciones más generales y públicas.

Mientras los mediadores mencionan dos o tres veces situaciones de violencia familiar, los receptores destinan la mayor parte de su discurso a esto. Describen la figura del padre como agresor y la de la madre como la víctima, en la mayoría de los relatos se incluye el licor como causa de la agresión y la presencia de los niños como elemento emotivo.

Sin embargo, existe una tendencia en gran parte de los receptores a expresar también situaciones similares a la de los mediadores ya que, también evocan a imágenes como tomas guerrilleras, combates, secuestro, manifestaciones, violación y peleas familiares. Desde lo anterior se podría llegar a concluir que algunos receptores han adoptado como imágenes mentales propias de situaciones de violencia, las que presentan los emisores en sus mensajes, no ocurriendo lo mismo con la concepción, pues esta alude a una realidad más próxima al receptor

Cabe advertir que cuando los emisores exponen este tipo de situaciones, siempre se recurre a la descripción del conflicto interno en nuestro país. Pero lo interesante es que siempre aluden a *la guerrilla* como protagonista. Incluso es importante señalar que se recurre muy pocas veces a llamar como “protagonistas” de una situación de violencia a los grupos paramilitares o de autodefensa e incluso es escasa la aparición del ejército en las respuestas.

Del ideal de facturación de los mensajes

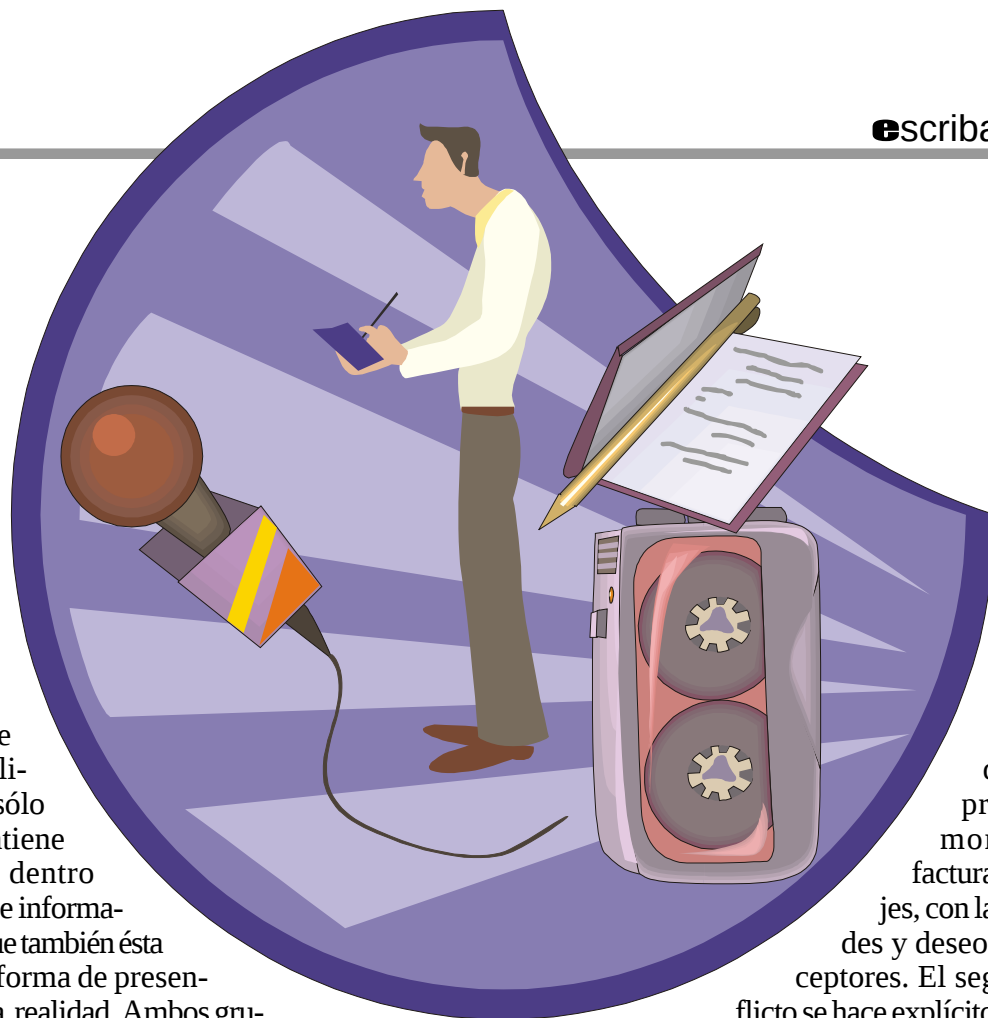
En favor de una aproximación al análisis de la mediación estructural, entendidas estas como las formas sistemáticas y típicas de presentación de los contenidos, fue importante ubicar el tipo de noticias que para los mediadores y receptores contienen violencia. Por ello, si arriba se intentó determinar cuál era la concepción y la representación entorno a las situaciones violentas, en este aparte se quiso identificar los imaginarios en relación directa con los mensajes informativos.

Para comenzar, los mediadores determinan que noticias “con contenido de violencia” están en las secciones o páginas que tiene el medio en el cual trabajan: temas judiciales, farándula, políticas, económicas, mientras los receptores no reconocen ninguna sección específica con contenido de violencia. Sin embargo, estos últimos evocan de nuevo representaciones de situaciones de violencia para ubicar los mensajes. Esto es que lo hacen desde la información o los protagonistas de la misma, así las noticias violentas para los receptores, son la guerrilla, suicidios, delincuencia” o “donde salen muertos”, “las de conflictos armados y de policía”, “las amarillistas” o simplemente “todas las de

Colombia”. Es interesante ver que una mayoría determinaba que todas las noticias son violentas. Así mismo, algunos receptores identifican el medio de información que presenta “más violencia”.

Cabe señalar, que fue evidente la con-

Mientras los mediadores mencionan dos o tres veces situaciones de violencia familiar, los receptores destinan la mayor parte de su discurso a esto.



ciencia, tanto en los receptores como en los mediadores, de que la realidad no es sólo la que contiene violencia dentro del mensaje informativo sino que también ésta está en la forma de presentación de la realidad. Ambos grupos justifican la violencia de las noticias en el contenido, en la actualidad nacional y en la facturación del mensaje (enfoque, intención, fuentes, elementos).

Ahora bien, sobre la facturación “ideal” del mensaje con contenido de violencia y sobre el trabajo con las fuentes, los mediadores privilegian las oficiales o estatales en la medida en que es a ellas, a las que se les atribuyen la credibilidad y la completud de la realidad sobre situaciones violentas. Por esto, para la facturación “debida” de las informaciones con contenido de violencia, la mayoría de mediadores prefiere ceñirse a los hechos y declaraciones de fuentes oficiales sin profundizar, según ellos, para evitar el sensacionalismo. Aseguran que “la información sobre violencia debe ser algo escueto” y que “no se puede profundizar para no caer en el sensacionalismo”.

Sin embargo, y en contraposición, los receptores reclaman al medio la falta de profundidad pues aseguran que es “necesario conocer antecedentes”, el contexto y otros elementos que permitan comprender la dimensión del problema y sus posibles soluciones. Aquí se identifica un conflicto entre imaginarios, ya que hay divergencia entre las

supuestas necesidades de información que los mediadores tienen presentes al momento de facturar el mensajes, con las necesidades y deseos de los receptores. El segundo conflicto se hace explícito cuando los

receptores se sienten excluidos del proceso de mediación. Pero los emisores afirman que ellos, los receptores, son el pieza clave a la hora de seleccionar los elementos con los cuales se estructurará el mensaje informativo. Dicen: “*se debe pensar en la reacción del receptor, en la actitud, en los sentimientos*”, “*pensar en la sensibilidad de la gente, no agredir con el mensaje*”. Pero los receptores contradicen esto cuando expresan que “*las noticias son violentas porque el medio no tiene en cuenta a quien lee o ve la noticia*” o porque “*hay necesidad de saber pero hay mal tratamiento*”.

Aunque existen esos conflictos de imaginarios sobre la facturación del mensajes, es claro en ambos (receptores y mediadores) que la noticia puede ser violenta en sí misma pero puede serlo aún más por la intención y los elementos utilizados por el periodista para presentar la información.

Uno de los elementos del mensaje analizados en este estudio, fue la imagen, pues para los receptores este elemento de facturación es el que más influye en el carácter violento de las informaciones, para prensa y televisión. Tanto mediado-

res como receptores le atribuyen al aspecto icónico una posición privilegiada dentro del mensaje ya que la convierten en punto de giro del relato informativo y casi en responsable única del sentido violento o no de una noticia.

Algunos receptores, por ejemplo, afirman que en una situación de violencia es suficiente con las imágenes que ofrece el medio. Pero no todos los receptores opinan lo mismo. Otros receptores no quisieran ver nada cuando se presenta una situación de violencia. Los mediadores de prensa y televisión, por su parte, le dan prioridad a la selección de la imagen antes de facturar el mensaje. Algunos medios han establecido previamente las características de la imagen en situaciones de desastre o violencia. Cabría preguntarse bajo cuáles parámetros las han enmarcado para determinar si en estas características han considerado las necesidades de los receptores, pero esta sería otra investigación. A pesar de la posición que ocupa la imagen, hay otros elementos como los antecedentes, el contexto y las consecuencias que son referidos por los receptores como indispensables dentro de una noticia. Igualmente, conocer varias versiones del hecho y desde diferentes fuentes, es una necesidad reclamada explícitamente por los receptores.

Pero, como se señaló arriba, mientras los mediadores mencionan las fuentes oficiales como necesarias para la credibilidad de los mensajes sobre violencia, los receptores prefieren varias fuentes dentro del mensaje (comunidad, agresor, víctima, fuentes oficiales) que mencionen, además de los hechos, las posibles soluciones, los sentimientos y la percepción propia de la circunstancia de otros, en pocas palabras, “más contenido humano”.

Así mismo, si los receptores manifiestan esta necesidad, se conserva la contradicción con los deseos. A algunos receptores les gustaría conocer detalles

del hecho como métodos utilizados, “*dónde fueron los golpes y qué marcas dejaron*”, “*si llegaron con lista y los mataron o cómo los sacaron de la casa*”. Quisieran⁸ ver la escena, conocerlo todo con detalles pero, reconocen no necesitarlo. Es aquí donde los mediadores temen profundizar, pues se puede caer en el sensacionalismo aunque reconocen que

hay que “*impactar*”, “*mostrar las imágenes más importantes, las más violentas*”, “*foto grande cuando es una toma guerrillera*” porque sobretodo “*lo violento vende más*”, “*la cultura nuestra es así*”

o porque “*existe la necesidad de saber lo violento*”. La mayoría de ellos afirma que el medio tiene un papel esencial en el cambio de actitud (positivo o negativo) del receptor.

Como se ve, hay una contradicción en los imaginarios en el ideal de facturación, entre el deseo del mediador y la necesidad del receptor. La posible naturaleza de la explicación se ve en que, cuando hablan de las necesidades o preferencias de consumo, los mediadores tienden a personalizar las respuestas expresando lo que ellos quisieran o necesitarían conocer en las situaciones descritas aunque también tratan de anticiparse a la posición de quien consume su mensaje.

Incluso, los mediadores expresaron que en ocasiones la información se debe maquillar para no crear mucho impacto, mostrar “*imágenes adecuadas para una mejor receptividad del mensaje*”, “*informaciones muy crudas no se deben presentar*”.

También los mediadores plantean un conflicto en los receptores y en el consumo de la información. Aceptan que éstos están cansados y saturados de informaciones violentas pero que les gusta, que son pasivos frente a los mensajes y al mismo tiempo agresivos, que “*ven pero no quisieran ver*”. La ra-

Hay una contradicción en los imaginarios en el ideal de facturación, entre el deseo del mediador y la necesidad del receptor.

Los mediadores expresaron que en ocasiones la información se debe maquillar para no crear mucho impacto.

8 Es necesario enfatizar que en el estudio se buscó diferencias entre los deseos y las necesidades

zón que exponen es que los receptores se exponen a una situación inevitable, pues esa es la realidad de un país como Colombia. Por ello, dicen, “Antes asumían (los receptores) una posición de expectativa, hoy de desconsuelo y de rechazo”. No obstante, hay algunos mediadores que opinan que el receptor se acostumbra, se resigna a estas informaciones y pide al medio imágenes o relatos cada vez más fuertes.

Conclusiones

Max Weber⁹ aludía a las “relaciones sociales” como la probabilidad de que todo individuo actúe de manera determinada con un sentido social. Dicho sentido social correspondería a los significados culturales “contenidos” que orientan todas las “acciones sociales” de los individuos dentro de una comunidad. Así, la lectura de las acciones sociales, se debe hacer desde la descripción de un sistema abstracto de significados que permita la comprensión de cualquier realidad social.

Es por esto que para el análisis de la mediación, como un sistema de acción y retroacción, como una red de acciones sociales presentes en la producción y el consumo de productos informativos mediáticos, fue importante el acercamiento de los sentidos sociales previos desde los llamados “imaginarios”. El Observatorio de Medios encaminó la discusión hacia el reconocimiento y la definición de posibles formas para la aprehensión de este objeto abstracto. Así la determinación de categorías de análisis fue quizás uno de los aportes más interesantes de este estudio: la concepción, la re-presentación y los ideales. Estas categorías facilitaron la comprensión de dicho sistema de significados a través de una estructuración a todas luces arbitraria, pero coherente con las posiciones de las ciencias sociales frente a dicho objeto.

Ahora bien, frente a los resultados de la investigación, es necesario señalar que, aunque tanto los emisores como los receptores conciben “lo violento” desde acciones que contrarían el orden social, se observa una particularidad en el discurso de uno

y otro campo. Los mediadores, comprenden dicho orden social desde las instituciones políticas y las acciones violentas como contrarias a dichas instituciones. Por ello es que en su discurso los mediadores refieren situaciones particulares para enfatizar “formas” de violencia típica de la realidad colombiana: secuestro, homicidio, etc. Las representaciones de la violencia en los mediadores siguen la misma línea de referencia constante a la realidad del conflicto interno: bombas, sangre, etc.

Mientras, los receptores conciben también la violencia en contradicción a un orden social, pero no ya sobre las instituciones políticas sino sobre un orden moral que se presenta en acciones cotidianas dentro de las relaciones particulares de los individuos: hablar duro, gritar. Ello también es claro por la referencia constante al victimario y a la víctima en el momento de definir la violencia y al uso de adjetivos constantes para hacerlo. Es interesante ver que en algunos receptores existe una incoherencia entre las concepciones y las representaciones, porque la descripción de las imágenes de violencia no tienen en la mayoría de los casos aspectos de la cotidianidad sino, al igual que en los mediadores, aluden a aspectos propios del conflicto interno. Con esto se vé con claridad la influencia ejercida por la mediación en la construcción social de la realidad.

En cuanto al mensaje informativo con contenido de violencia, los mediadores tienen claridad en la atribución y clasificación de los mensajes: judiciales, orden público, etc. Mientras, los receptores identifican los mensajes de violencia según el contenido y la situación descrita dentro del mensajes (p.e. “donde salen muertos”). Se encontró frente a la lectura entre “los ideales”, que los mediadores y los receptores presentan contradicciones. Los mediadores son conscientes de que los mensajes con contenido de violencia deben ser completos, sin embargo, creen que dicha información debe ser escueta, sin mucha profundización y apegados a las fuentes oficiales. Este aspecto es reclamado por los receptores que preferirían un mensajes con más información, con más versiones y con “más contenido humano”.



9 Weber, Max. *Economía y Sociedad*. Fondo de Cultura Económica. Primera reimpresión en Español. Santafé de Bogotá D.C. 1997. p. 33.

Bibliografía

De Zubiría, Miguel y Julian. *Biografía del Pensamiento: estrategias para el desarrollo de la Inteligencia*. Editorial Magisterio, Colección Mesa redonda. Bogotá, 1995.

Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Editorial G. Gili. 2° ed. México, 1991.

Martín-Barbero, Jesús. *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. FELAFACS. Editorial G. Gili S.A. México, 1987.

Silva, Armando. *Imaginarios urbanos. Cultura y comunicación urbana*. Tercer Mundo Editores. Santafé de Bogotá, 1997.

Tribiño Avendaño, Fabio. www.barriotaller.org.co/el2htm

Vidal Peña, Jorge. *Imaginación símbolo y realidad*. Editorial Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile, 1987.

Weber, Max. *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica. Primera reimpresión en Español. Santafé de Bogotá D.C. 1997.