

CONDICIONANTES DE LA COMUNICACIÓN DURANTE EL ACTO DE HABLA DE LA ALCALDESA DE BARRANQUILLA A TRAVÉS DEL DIARIO EL HERALDO

Conditioners of the communication during the act of speech of the mayor of Barranquilla through
the Diary The Herald

Yaneth Cabrera, Juana Ojeda, Joaneli Lopez

Universidad del Zulia, Maracaibo-Venezuela, Facultad de Humanidades y Educación, Facultad
Experimental de Ciencias. juanacecilia@hotmail.com

RESUMEN

El proceso de comunicación (política y pública) permite alcanzar a las personas una posición social y como consecuencia, lograr su visibilidad. En el mundo, en Colombia y particularmente en Barranquilla hay ejemplos por destacar que dan cuenta de los procesos aplicados por algunas lideresas. Uno de ellos es el liderazgo de la alcaldesa de Barranquilla, Elsa Noguera. En tal sentido, el presente estudio analiza los condicionantes de la comunicación relacionados con la dinámica de comunicación ejercida por la mandataria distrital y publicados por el diario El Herald, medio relevante y con mayor circulación en la región norte de Colombia, entre enero y abril del 2012, cuando alcanzó sus primeros cien días de gobierno. Los referentes conceptuales aplicados se derivan de las estrategias discursivas de Cibanel (2006), Barranquero (2001), Trevino (2006) y Aroletto (2010). La metodología aplicada fue de tipo cualitativo y cuantitativa.

Palabras clave: Condicionantes de la comunicación, acto del habla, contenidos noticiosos.

ABSTRACT

The process of communication (public and political) allows you to reach people a position socially and as a result, its visibility. In the world, in Colombia, and particularly in Barranquilla there are examples to highlight that they realize the processes applied by some leaders. One of them is the leadership of the Mayor of Barranquilla, Elsa No-

guera. In this sense, the present study analyzes the conditions of communication related to the dynamics of communication exercised by the district and published by the newspaper El Herald, between relevant mandatory and with greater circulation in the northern region of Colombia, between January and April, 2012, when it reached his first 100 days in Government. Applied conceptual references are derived from the discursive strategies of Cibanel (2006), Barranquero (2001), Trevino (2006) and Aroletto (2010). The applied methodology was qualitative and quantitative. Among the provided results, determined that there is a strong link between emitting communicative instances of the Mayor and publish what the medium.

Keywords: communication, the speech act factors, news content.

INTRODUCCIÓN

Dentro de los poderes gubernamentales se ha perfilado el hombre con un gran porcentaje de participación en el direccionamiento del poder de un país o territorio, con poca presencia de la mujer en posición para conducir procesos sociales y de gobierno. No ha sido fácil demostrar, en el ámbito de lo público, su capacidad y desempeño idóneo para ejercer la conducción gubernamental, puesto que en la mayoría de las ocasiones se ha destacado como líder y protagonista solo de roles sociales y culturales.

Es por ello que, la gestión de la comunicación política y pública resulta un área de estudio propicia para describir y comprender su trabajo, lucha

y esfuerzo, así como el escenario para ganarse la credibilidad y el apoyo de amplios sectores de la sociedad que le permitan ejercer un protagonismo político. La sociedad es exigente cuando se trata de liderazgo femenino, tal vez porque supone un gran aporte a la forma de hacer política, teniendo en cuenta que la mujer podría ofrecer un liderazgo más justo y equitativo, más amigable, comprensivo. Pero, sin duda, también existen expectativas porque la participación política femenina podría verse envuelta entre las complejidades del machismo arraigado en la sociedad.

No obstante, de acuerdo con la representante de Colombia ante la Organización Mundial de la Salud Mujeres (ONU), Sanz (2013, p.107), “hay que reconocer que aunque en las cifras y estadísticas se perciba que Colombia es un país equitativo para la mujer, lo cierto es que (...) queda mucho por avanzar”, pues uno de los principales retos es la presencia de la imagen femenina en el panorama político, pero los estudios e investigaciones sobre el tema, por ejemplo el Observatorio de Equidad de Género de la Alta Consejería para la Equidad de la Mujer en Colombia, evidencian que, aunque la imagen de las mujeres han jugado un papel primordial en la historia del poder político y el desarrollo económico y social de Colombia y de otros países, siguen existiendo enormes dificultades y grandes retos como alcanzar la representación paritaria (50 y 50) de mujeres y hombres en los escenarios políticos.

En el caso particular de Colombia, se destacan las gobernantes María Ángela Holguín, Ministra de Relaciones Exteriores; Martha Lucía Ramírez, Viceministra de Comercio Exterior durante el gobierno de Gaviria; Ministra de Comercio Exterior durante el gobierno de Pastrana, embajadora en Francia y senadora; Piedad Córdoba ex-congresista, abogada y política de Colombia y Sandra Morelli, actual Contralora General de la República. Otras que también destacaron fueron Noemí Sanín, primera mujer Ministra de Relaciones Exteriores en un país de Latinoamérica; María Emma Mejía, actual Secretaria General de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR); Vivian Morales, primera mujer en el país en ocupar el máximo cargo en la Fiscalía y Cecilia Álvarez-Correa como Ministra de Transporte del actual gobierno del presidente Juan Manuel Santos.

En el caso específico de Barranquilla, se destacan María José Vengoechea, Presidenta Ejecutiva de la Cámara de Comercio; Beatriz Vélez presidenta del Comité Intergremial del Atlántico, dos de los

más importantes e influyentes gremios de la ciudad y Elsa Noguera, actual Alcaldesa de Barranquilla, quien además fuera candidata a la Vicepresidencia del país en la fórmula junto a Germán Vargas Lleras, en el 2010.

Vale destacar que, Elsa Noguera resultó electa el 30 de octubre de 2011, para la Alcaldía de Barranquilla, período 2012-2015, con 225 mil 891 votos a su favor (58%), duplicando los 113 mil 281 votos obtenidos por el candidato independiente y principal contendor Juan García E. Con esta base, la presente investigación aborda el análisis de las notas periodísticas publicadas, específicamente en el diario El Heraldó, con la finalidad de examinar la gestión de la imagen pública de la alcaldesa de Barranquilla durante los primeros cien días de gobierno, cumplidos durante el período enero y abril de 2012, a tal efecto el estudio se propuso caracterizar los condicionantes de la comunicación durante el acto de habla, de la alcaldesa, en las noticias publicadas por el medio de estudio.

DESARROLLO

La historia política de Colombia permite evidenciar que el alcance de cargos políticos para la figura femenina es poco favorecido, por cuanto se ha vulnerado ante los diferentes factores que ponen a la mujer como el género débil en la sociedad. Todo ello se evidencia en la poca accesibilidad que ésta tiene a los espacios políticos, así como también a la educación, la igualdad de contratos laborales y por tanto de salarios. Además, en la reciente década han aumentado los índices por violencia intrafamiliar, trata de blanca y los denominados feminicidios.

Con este horizonte, no es de extrañar que las mujeres se conviertan en líderes a la espera de propiciar condiciones dignas de vida a sus congéneres. No obstante, la sociedad colombiana, durante mucho tiempo permaneció dividida entre las actividades propias de los hombres y aquellos que corresponden a las mujeres. En esta división, el poder siempre ha sido más asequible para el género masculino en todos los ámbitos: social, económico, político y familiar. De este modo, la presencia de la mujer en la participación ciudadana y política no es más frecuente. Sin embargo, se hace necesario evaluar sus condicionantes comunicacionales durante el acto de habla para lograr caracterizar su presencia comunicativa en el ámbito político colombiano.

Condicionantes de la comunicación

Además de los elementos del circuito de la comunicación, en cada situación comunicativa intervienen otros factores que influyen de manera decisiva y determinan el éxito de la interacción, entre estos los factores de tono positivo y crítico, a estos factores se los denomina condicionantes de la comunicación.

El tono positivo, afirma Cibanal (2006), se presenta cuando el receptor de la misma, interpreta exactamente lo que el emisor le envió; esto quiere decir, que utilizaron el mismo canal de comunicación y es su objetivo primordial. Para ello, es conveniente que el emisor utilice un lenguaje claro en correspondencia al nivel cultural del receptor, para que el mensaje sea descifrado correctamente, para ello debe considerar la sintaxis, la semántica y la pragmática. La primera de ellas relacionada con la estructuración y las modalidades de transmisión de la información, dado que en la comunicación escrita conviene aumentar las posibilidades de ser leído, multiplicando y variando los soportes del mensaje. Para la semántica, refiere al significado de los mensajes verbales y no verbales de los interlocutores y la pragmática, que son las condiciones concretas del intercambio, empezando por los comportamientos y las intenciones de las personas que intervienen en la comunicación.

Por otro lado, hay que tener en cuenta además que los emisores presentan una serie de diferencias derivadas de sus características como individuos ya sea por edad, sexo, personalidad, pertenencia sociocultural y de las características del propio contexto, ya sea por cambios repentinos en las situaciones, por problemas materiales, de entorno físico, de cansancio de algún interlocutor, de relación jerárquica desigual o incluso de objetivos o metas a perseguir diferentes.

Y desde un tono crítico, Barranquero (2001), explica la importancia que tanto el emisor como receptor se esfuercen por entenderse mutuamente, así como tratar de evitar soluciones prefabricadas, es importante incluso reaccionar positivamente ante las contradicciones y utilizar con acierto las sugerencias y oportunidades que se manifiesten. Por otro lado se hace necesario, por parte del receptor, conocer bien al interlocutor, que desea o que necesita interpretar. Se debe contrastar la información que de él se dispone con la realidad, es decir, asegurar que efectivamente sus deseos o necesidades son los que realmente se requieren.

Asimismo, en un referente del tono crítico, señala Miralle (2001), existen varios agentes que contri-

buyen con esa parcialidad perceptiva y comunicativa con la cual se opera, entre estos: la edad que suele modificar la visión que se tiene del mundo; la cultura tanto general como particular que permite a cada persona, tener una percepción ampliada o reducida de lo tratado; la ideología referente de la crianza y la socialización que dejan en cada persona y la hace distinguible al plantearse diferencias en la manera de entender la vida y llevan a comunicar de manera diferente en cada situación; las circunstancias en que las mismas personas reaccionan de manera diferente dependiendo de las circunstancias que les rodeen; el nivel económico genera actitudes específicas en la mayoría de los seres humanos; la comodidad producirá cambios en el comportamiento, esto significa que no se actúa de la misma forma estando cómodos que estando incómodos; los significados dado que cada palabra puede significar algo muy diferente para cada quien, lo cual genera un riesgo en la comunicación, debido a la posibilidad de malas interpretaciones; los roles o papel que ocupa cada uno en la sociedad condiciona su estilo comunicativo y las tradiciones de un momento y lugar específico, que hacen que nuestra manera de actuar cambie.

Todas las personas en el mundo tienen atributos, como los conocimientos, habilidades, aptitudes, actitudes, valores y hábitos, lo cual provoca que cada persona sea única. Los conocimientos se refieren a todo aquel saber de las cosas y que como atributo, se referiría al conocimiento de temas que las personas individualmente conocen.

A tal efecto, Treviño (2002) señala que todas las personas del mundo poseen atributos inherentes a su naturaleza humana. "Con el nombre de persona se designa a todo ser capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones". Por tanto, sin distinguir condición, todas las personas nacen con ciertos derechos que les deben acompañar durante toda su vida puesto que les sirven para identificarse a sí mismos, con relación a los demás y como individuos pertenecientes a determinado estado. Los atributos de la personalidad son derechos personales que nacen y mueren con la persona y que no se gastan, ni se venden, ni se transmiten.

Por otra parte, Treviño (2006) afirma que el ser humano puede identificar a partir de los atributos de la personalidad el rol que desempeña en su nación al ser él el sujeto que ejerce derechos y que contrae obligaciones. Es así como los atributos de la personalidad (referentes a la nacionalidad y el patrimonio) le ayuda a entender la relación que tie-

ne con su nación. En este sentido, la persona es un sujeto de derechos y de obligaciones, según la teoría Kantiana, todo hombre es persona y por esto es originario de derecho.

Así mismo, Hernando (2010) asegura que ciertos hombres carecen de personalidad, porque ésta es una condición atribuida y no consustancia. Aun así, para el derecho internacional el ser humano significa ser persona y por tanto, tener los llamados atributos de la personalidad.

En cuanto a los atributos de la gestión política, afirma Cibanal (2006) es la parte de la gestión estratégica orientada al entorno político, para obtener del mismo reconocimiento, apoyo, legitimidad y mandatos políticos consistentes. Entraña una actitud psicológica y un compromiso ético, para lograr una gestión eficaz y democrática, e involucra cinco tareas principales:

- La promoción emprendedora: Para formar una coalición política que apoye una opción predefinida y pueda neutralizar la oposición.
- La gestión del desarrollo de una política: Intenta gestionar un proceso que lleve a una decisión “de calidad”, no predefinida.
- La negociación: Pretende obtener el apoyo de otros mediante un acuerdo que concilie los distintos intereses, visiones y contextos.
- La deliberación pública, el aprendizaje social y el liderazgo: trata de usar el poder del gobierno, no para tomar decisiones sino para crear un entorno en el que los ciudadanos puedan participar en el tratamiento de los problemas que los afectan, ideando sus propias soluciones y tomando decisiones mediante el liderazgo social.
- El marketing público, o comunicación estratégica, trata de impulsar ciertas políticas mediante una comunicación que las haga comprensibles, para conseguir apoyo y colaboración.

La gestión política, señala el mismo autor, debe analizar y comprender los factores motrices del ámbito político representativo: las expectativas y aspiraciones de los ciudadanos y de sus representantes, los acuerdos políticos y los emergentes mandatos de actuación, teniendo en cuenta que para ella el ámbito político representativo y ejecutivo es el que expresa los propósitos que la población valora, es la fuente de los recursos de dinero y de poder y es el lugar donde en última instancia se rinde cuentas de la actuación de cada funcionario.

La gestión política es importante, señala Archenti (2008), porque en los cargos públicos han de decidir asuntos importantes de la política pública, pero sus conocimientos, visión y experiencia personal no son casi nunca suficientes para despejar incertidumbres y riesgos. Las decisiones son casi siempre difíciles, porque en ellas subyacen tensiones entre diferentes valores. Por ese motivo, los gerentes públicos, con mucha frecuencia necesitan, para tomar decisiones, contar con una influencia superior a la suya propia: necesitan construir apoyo y legitimidad y ese el objetivo de la gestión política. De tal modo, la gestión política configura los mandatos de acción y los inviste de apoyo y legitimidad para: rendir cuentas periódicas, para conseguir autorización caso por caso para cambios e innovaciones, al lograr una coordinación entre organizaciones y cuando los procesos son descentralizados.

METODOLOGÍA

Este estudio estuvo fundamentado bajo un enfoque epistemológico que siguió un método de corte hermenéutico, para mirar más allá de los textos noticiosos presentados por El Heraldo sobre los primeros cien días de ejercicio de la alcaldesa Elsa Noguera. De igual modo está considerada con una tipología de tipo descriptiva, que según Hernández y otros (2010) es “la investigación que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. Asimismo, El diseño de la presente investigación fue de tipo no experimental, ya que la misma estuvo basada en observar situaciones o fenómenos ya existentes, los cuales no han sido provocados ni manipulados intencionalmente por el investigador. El universo que se utilizó corresponde a todas las noticias publicadas acerca de la gestión de la alcaldesa Elsa Noguera De La Espriella, en el diario El Heraldo durante los primeros cien días de su gestión. La muestra específica fue un total de 38 noticias.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El análisis y la discusión de los resultados logrados por el presente estudio tiene como corpus 38 noticias publicadas por el diario El Heraldo, entre enero y abril del año 2012, tiempo que correspondió a los primeros cien días de gobierno de la alcaldesa Elsa Noguera. Los resultados derivados se presentan a continuación:

Luego de analizar las 38 noticias que formaron parte del corpus del presente estudio se presentan los hallazgos logrados teniendo en cuenta los aportes conceptuales de Van Dijk (en cuanto a las estructuras semánticas) y Charaudeau (en cuanto a las características del discurso y la visibilidad de la gestión política) en las noticias publicadas por el diario.

Cabe señalar, además, que para efectos prácticos, las noticias escogidas adoptan el carácter de discurso, entendido como una de las formas en las que se evidencia la gestión de la alcaldesa de Barranquilla, Elsa Noguera De la Espriella, a través de los medios de comunicación. Los hallazgos logrados se resumen en el siguiente gráfico: (ver Gráfico 1)

Gráfico 1. Primeros cien días de Elsa Noguera en la Alcaldía de Barranquilla medido en el Diario El Herald



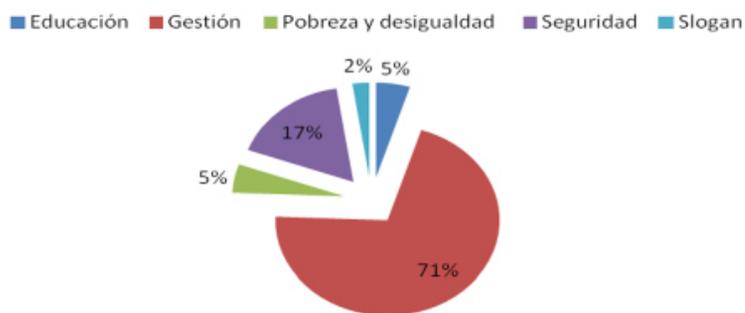
Fuente: Cabrera, Ojeda y Lopez. (2016)

Partiendo de este consolidado que resulta del análisis del corpus general, se concluye que de la totalidad de noticias estudiadas, se hallaron 82 actos de habla, 50 alusiones a su gestión política, 15 correspondientes a su imagen como alcaldesa. El género más empleado en los contenidos fue el noticioso con 36 de un total de 38 noticias.

El gráfico 1 refleja el análisis referido a las manifestaciones verbales de Noguera durante el pe-

ríodo del estudio. La experiencia desarrollada permitió identificar las alusiones específicas y a partir de ellas también se derivaron los temas a los que la mandataria hizo alusión. En este corpus se evidenciaron y analizó la dimensión actos del habla y sus respectivas categorías relacionadas con los condicionantes de la comunicación, la figura literaria y los atributos de la imagen ostentado por la alcaldesa a partir de sus respectivas subcategorías, tal como se presentan a continuación:

Gráfico 2. Análisis descriptivo del acto de habla
Temas actos de habla



Fuente: Cabrera, Ojeda y Lopez. (2016)

Al revisar los actos de habla de Noguera se evidencio una fuerte presencia y alusión a los asuntos relacionados con su gestión política (71%), seguido del tema seguridad (17%). Es de destacar el impulso que le da en su discurso a los temas de educación y pobreza, desigualdad, pobreza y desigualdad, solo alcanzaron una puntuación del 5%, por igual en cada caso y por último figura sus apelaciones al slogan de su campaña: “Barranquilla florece” en solo el 2% de sus discursos.

Tabla 1. Análisis descriptivo del acto de habla

Actos de habla	Fr	%	Fra	%a
Educación	4	5	4	5
Gestión	58	71	62	76
Pobreza y desigualdad	4	5	66	81
Seguridad	14	17	80	98
Slogan	2	2	82	100

Fuente: Cabrera, Ojeda y Lopez. (2016)

En la tabla No.1 se presenta la descripción exacta de las alusiones hechas por temática y vale citar los ejemplos específicos por cada una.

Educación: Siendo la educación uno de los pilares discursivos de Elsa Noguera, se registraron menciones específicas a acciones efectuadas desde su administración. Si bien esto pudiera enmarcarse dentro de la gestión se ubica de forma individual dada la relevancia que la mandataria hace al tema.

AHEN17: “me siento muy contenta de estar aquí y poder decir que no empezamos de cero, sino que estamos en un nivel alto en la educación de Barranquilla, seguiremos trabajando en la calidad, bilingüismo y en la jornada única, para que al finalizar nuestra administración, todos los colegios públicos del Distrito ofrezcan jornada única”, señaló la alcaldesa.

AHEN37: “Hay que trabajar desde los colegios hace mucho trabajo psicosocial, mucho acompañamiento a las familias. Queremos formar mejores ciudadanos queremos formar más valores, consolidar principios y todo esto se debe hacer a través de las escuelas” expresó la mandataria, quien dijo de manera enfática que “No estamos dispuestos, como barranquilleros, a seguir tolerando este tipo de comportamientos, por eso queremos que entre todos los veamos y garanticemos que todo sea como una ciudad moderna”, dijo la primera autoridad del Distrito.

AHN58: Con estas obras dijo Noguera- estamos demostrando que la educación es un deber para todos los barranquilleros, los mismos privilegios que tienen los colegios privados ahora lo tienen los colegios nuestros, públicos, porque si queremos un mejor futuro para barranquilla tenemos que invertir en nuestros niños y en nuestros jóvenes.

Gráfico 3. Análisis descriptivo de los condicionantes de la comunicación

Tono noticias



Fuente: Cabrera, Ojeda y Lopez. (2016)

Tabla 2. Análisis descriptivo de los condicionamientos de la comunicación

Condicionantes de la comunicación	Fr	%	Fra	%a
Tono positivo	37	97	37	97
Tono crítico	1	3	38	100

Fuente: Cabrera, Ojeda y Lopez. (2016)

En el gráfico 3 y la tabla 8, se presentan el análisis descriptivo de la categoría condicionante de la comunicación en la que se indica que en el total de los 38 discursos analizados, solo uno con el 3% del total de los corpus analizados se ubica en el rango de tono crítico y el restante representado por el 97% se caracterizó por ser de tono positivo. Los objetivos de la investigación propuestos proponen condicionantes que estimulan una percepción de los receptores del medio frente a la gestión desarrollada por la alcaldesa. En otras palabras, tras analizar los discursos se evidencia una fuerte presencia de contenidos positivos que permiten una gestión política más amable entre los gobernados.

A tal efecto, desde la mirada de la actividad mediática, esto puede considerarse como una buena posición de la alcaldesa ante el medio y por ende, es la imagen que recibe la ciudadanía. No obstante, con la perspectiva de la responsabilidad que se

le atribuye al diario, es propicio preguntar si como casa periodística generan mecanismos de revisión a la gestión gubernamental.

CONCLUSIONES

Existe un fuerte vínculo entre lo que emiten las instancias comunicativas de la alcaldesa y lo que publica el medio, donde además se privilegian de manera importante las alusiones específicas de la dirigente, se presentan en tono positivo las informaciones y no desdibujan su imagen femenina sino que la refuerzan como dirigente.

Con relación a las categorías condicionantes de la comunicación, se indica una fuerte presencia de contenidos positivos, dando cuenta de una gestión política más amable entre los gobernados que desde la mirada de la actividad mediática esto puede considerarse como una buena posición de la alcaldesa ante el medio y por ende es la imagen que recibe la ciudadanía.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Archenti, N. (2008). *Muejres y Política en América Latina: Sistemas Electorales y Cuotas de Género*. Buenos Aires: Heliasta SRL .
- Barranquero, C. (2001). *Progresos y regresiones. Libertad de expresión y vigencia de la Teoría Crítica de la comunicación en España*. Universidad de Málaga. España.
- Cibanal, Luis (2006). *Teoría de la comunicación Humana*. Editorial McGraw-Hill. México.
- Hernández, Fernández y Baptista (2010). *Metodología de la Investigación*. Tercera Edición. México .Editorial Me Graw Hill.
- Miralle, A (2001). *El debate latinoamericano sobre la comunicación*. Revista Documentos, volumen 3, No. 1. Universidad Pontífice Bolivariana. Medellín, Colombia.
- Pilleux, M. (2003) *Competencia comunicativa y análisis del discurso*. Revista de Estudios filológicos, ISSN 0071-1713, N° 36, págs. 143-152.
- Treviño, R. (2002). *La persona y sus atributos*. Primera edición. Junio 2002. Nuevo León. México. Impreso en ciudad universitaria, San Nicolás de los Garza.