

Identidad Visual y la Muerte de Pinochet: de la Información a la Interpretación

Visual Identity and Pinochet's Death: from Information to Interpretation

Dino Pancani Corvalán

Universidad Alberto Hurtado

dpancani@gmail.com

Resumen

Los medios de comunicación intentan convencer a los consumidores de que son objetivos e imparciales, de que su "ideología" son los hechos y su orientación es dar cuenta de ellos. En este escrito, mostraré que las portadas de los periódicos son interpretaciones al servicio de un proyecto país, de una reinterpretación de la historia, en donde la imagen del dictador chileno aparece vinculada a su rol de estadista, despojado de las acusaciones criminales en su contra. Me concentraré en las portadas, entendidas como una imagen visual que tiene como valor fundamental ser el principal anuncio de contenidos que trata de despertar interés en los consumidores y enuncia un núcleo informativo que jerarquiza su importancia del acontecimiento. En las portadas, las palabras funcionan como complemento de las imágenes fotográficas, situándolas en un contexto y otorgándoles una significación que amplía su contenido.

Palabras Claves: Periódicos, imagen, Pinochet.

Abstract

The media are trying to convince consumers that they are objective and impartial, that their "ideology" are the facts and their orientation is to account for them. In this paper, I show that the front pages of newspapers are interpretations in the service of a country project, a reinterpretation of history, where the image of Chilean dictator appears linked to his role as statesman, stripped of criminal charges. I will concentrate on the covers, which I understand as a visual image whose fundamental value is to be the main ad content that generate interest in the consumer and lays an information center that prioritizes the importance of the

event. In the covers, words work as complement of photographic images, placing them in context and giving them a significance that extends its content.

Keywords: Newspapers, image, Pinochet.

Veinte años atrás, lo deseable para este trabajo hubiese sido comenzar con una frase que, bajo la jerga periodística, hiciera un llamado de atención, cuidando de no tomar partido ideológico. Algo así como captar la atención del lector, pero sin emitir juicios sobre el personaje, por ejemplo: “las portadas sobre la muerte de Augusto Pinochet, un controvertido ex gobernante chileno...”. Sin embargo, a siete años de su muerte, aquellas palabras parecen desproporcionadas. Se ajusta más a la realidad, constatar que Augusto Pinochet fue un dictador, que se caracterizó por violar sistemáticamente los derechos humanos y restringir las libertades públicas, por ello, su imagen no genera controversia, pues, en esta pasada de la historia; su comportamiento como militar y civil es evaluado negativamente por la ciudadanía y son escasos los personeros políticos que lo defienden. Se puede decir que, en torno a su figura no se agrupan sensibilidades políticas y sociales numéricamente significativas, situación que no se replica en su obra, ya que de manera silenciosa o vociferante, sus transformaciones son aceptadas, valoradas y reproducidas por una gran parte de la élite política chilena. Sin embargo, hay indicios de que parte de ella podría cambiar en los próximos años.

En octubre de 1998, Augusto Pinochet había abandonado hacía pocos meses sus funciones de Comandante en Jefe del Ejército, su objetivo personal y su camino trazado en la institucionalidad creada bajo su mandato, era cumplir labores de senador vitalicio en el congreso. Por orden del juez español Baltasar Garzón, lo detuvieron en Londres acusado de crímenes de lesa humanidad. Dos años después, con la ayuda del gobierno de Chile, retornó a su hogar del sector alto de la capital, no fue condenado ni apresado. El principal costo que tuvo tras su detención en Inglaterra fue transformarse en una figura política y militar del pasado, con ascendencia ideológica sobre la derecha chilena, pero sin incidencia gravitante en la contingencia política. Paralelamente, se inició una ofensiva judicial en contra de su régimen, acusado de graves violaciones a los derechos humanos, accionar de la Dictadura que, con menos entusiasmo que en años pasados, seguía concitando en el ex militar apoyo y solidaridad de un sector de la sociedad chilena.

El año 2004, se descubrieron irregularidades en su patrimonio económico, lo cual terminó de alejar a la mayoría de sus colaboradores directos e indirectos, ya que se instaló la máxima de que al ex militar se le podía “perdonar” ser un asesino, (conducta asumida por amor a la patria), pero no un ladrón. En ese marco, Augusto Pinochet muere alejado de la política contingente y con una imagen pública minimizada.

En el ámbito informativo, para los medios de comunicación y la sociedad en su

conjunto, el comportamiento de las fuerzas políticas de nuestro país, ante la muerte de Pinochet, era una incógnita (cada vez que lo citaban a declarar, se internaba en el Hospital Militar, supuestamente, moribundo). Se sabía que cuando aquello ocurriera, Chile volvería a ser uno de los centros noticiosos latinoamericanos, sin embargo, no se sabía si la gente lo tomaría con desidia o euforia, y si la élite política lo haría con cautela o desenfado.

El día llegó, a las 14:15 horas del 10 de diciembre de 2006, murió el personaje que simbolizó la división más profunda de la sociedad chilena durante su historia republicana y el 11 de diciembre los periódicos debían dar cuenta del acontecimiento que, nuevamente, concitó el interés de la prensa mundial.

Desde el punto de vista noticioso, la muerte de Pinochet tenía relevancia por su carácter nacional e histórico y porque permitiría mostrar, visibilizar y analizar el carácter intencionadamente subjetivo que tienen los medios adscritos al periodismo objetivo.

Al igual que en otras dictaduras, y como elemento fundante de estas, en Chile los medios de comunicación tuvieron un rol activo en la instalación y defensa de la obra de los militares y la derecha política. Titulares como: “Exterminados como ratones” de *La Segunda*, “No habrá piedad con extremistas” de *La Tercera* o “Junta Militar controla el país” de *El Mercurio*, dan cuenta de la complicidad con la dictadura de los propietarios de los medios de comunicación escrita, la cual se mantuvo durante los 17 años de ejercicio de poder y las siguientes décadas de gobierno democrático.

Durante los primeros 15 años de dictadura no hubo prensa escrita, de tiraje diario, que se vinculara con las fuerzas democráticas. Después de 1983, año de inicio de las protestas nacionales, se publicaron dos periódicos que, al llegar los gobiernos civiles, tuvieron que cerrar por falta de financiamiento. Entonces, se mantuvieron en circulación los mismos medios que apoyaron a los militares. El único diario que sufrió un cambio en su orientación ideológica fue *La Nación*, que por su condición de medio de comunicación de Estado, fue parcialmente controlado por la nueva administración política.

Una de las características del siglo XXI es que la gente se informa a través de los viejos medios de comunicación, de preferencia televisión y radio, pero se suman a ellos los nuevos medios tecnológicos, esencialmente Internet. Esta oferta trae como consecuencia que el consumidor de imágenes estimule la transferencia de información de un medio a otro, detectándose “la aparición de comportamientos consumistas tales como el de volver a ver la emisión preferida en los momentos preferidos. El placer es, entonces, el de repetición, el del reconocimiento, del ‘más todavía’” (Joly, 2003, p. 220). Este vínculo reiterativo e interactivo entre los medios y la audiencia genera que los mensajes sean transformados, apropiados y resistidos por el receptor.

En medio de ese proceso de sobre-consumo de información, minutos después de la muerte del dictador, los chilenos y el mundo tuvieron la posibilidad de informarse, a través de la radio, la televisión o visitando los portales de Internet. Esta situación instalaba una audiencia que tenía conocimiento de la información dura del hecho (el acontecimiento madre) y que permanentemente actualizaba el contexto en que se desarrollaba. Dicho de otro modo, la inmensa mayoría de los ciudadanos de las grandes urbes de Chile supo de la muerte de Pinochet a los pocos minutos de producida, luego, solo les interesaba saber qué pasaba con la élite y con los diversos sectores sociales.

DE LAS PORTADAS

Los medios de comunicación intentan convencer a los consumidores de que son objetivos e imparciales, que su “ideología” son los hechos y su orientación es dar cuenta de ellos, que sus vinculaciones ideológicas, empresariales y religiosas son datos que no afectan la presentación de la noticia.

Las portadas de los periódicos son interpretaciones al servicio de un proyecto país, de una reinterpretación del presente, en donde la imagen del dictador chileno aparece vinculada a su rol de estadista, despojado de las acusaciones criminales que los tribunales de justicia accedieron a investigar, pero no castigaron.

Desde el punto de vista periodístico, los medios de comunicación escritos que saldrían al amanecer del día siguiente, tenían el desafío de profundizar en la información de contexto y exponer diversos enfoques. Una obviedad era que titularan con los antecedentes posteriores a la muerte de Pinochet y no con el anuncio de su fallecimiento. Ese era un dato que el público manejaba a cabalidad, sin embargo, si optaban por lo obvio, y publicaban antecedentes de contexto se corría el riesgo de evidenciar el mensaje oculto que configuran las palabras, y si se mantiene la máxima de la objetividad, se podía develar la parcialidad del medio. Por otra parte, en la escritura de la historia inmediata, debían considerar que la portada del periódico no solo tendría impacto en el “aquí y ahora”, también se transformaría en una huella que permitiría explicar la construcción de la historia del dictador y el comportamiento del periódico, en relación a su figura y su obra. Finalmente, optaron por ser concisos.

Las cuatro portadas analizadas son de periódicos de circulación nacional, dirigidos a públicos que se segmentan por su capacidad adquisitiva, su nivel educacional, sus intereses profesionales y sus orientaciones políticas y religiosas. Se trabajó con los diarios: *Las Últimas Noticias* y *El Mercurio*, cuyos propietarios son la familia Edwards; *La Tercera*, del conglomerado COPESA, ambos grupos periodísticos vinculados a la derecha política y *La Nación*, diario administrado por el gobierno de la Concertación.

Las portadas fueron entendidas como una imagen visual cuyo valor fundamental es ser el principal anuncio de contenidos de un periódico, que tratando de despertar interés en los consumidores enuncia un núcleo informativo jerarquizado. Las palabras funcionan como complemento de las imágenes fotográficas, situándolas en un contexto y otorgándoles una significación que amplía su contenido.

Artefacto visual que considera la verosimilitud como su principal activo, valor que debe ser reconocido y valorado por el público. Ahí radica gran parte del prestigio del medio de comunicación; el consumidor mira, observa y le otorga veracidad a los signos visuales compuestos por las imágenes fotográficas y las palabras que complementan el contenido.

A partir de disposiciones relativamente estáticas, como son los puestos de venta de diarios, se puede establecer que las portadas son soportes dinámicos instalados en la rutina de la gran mayoría de las personas; son también materia significativa visual, cuya infraestructura material es espacial. Los centros de venta de periódicos y revistas son un interfaz con el cual se dialoga cotidianamente, para la mayoría de los seres humanos es la primera aproximación a la representación de la realidad cotidiana.

El ciudadano a pie, en automóvil o en microbús se enfrenta casi todos los días a las imágenes de los periódicos, lo cual le permite tener un primer acercamiento a las informaciones que los productores de noticias deciden destacar, con la promesa de que si lo compran, podrán acceder al contenido de la noticia. Se produce aquí la más evidente de las transacciones comerciales de la industria noticiosa. Por medio de la imagen visual se puede observar que

El título y el texto no siempre describen el contenido de la imagen (Fotografía), pero en todo caso, la sitúan en un contexto y le dan una significación que desborda ampliamente su contenido. Hay por lo tanto en toda imagen (La portada) tres mensajes: el lingüístico (el texto y/o el título), el icónico no codificado (la interpretación personal) y el icónico codificado (el contenido analógico)” (Casasus, 1972, p. 103).

Al enfrentar la primera fotografía, el lector puede inferir la segmentación de la realidad que se hizo, el trozo de verdad que se quiso destacar, la jerarquización que se realizó en desmedro de otras informaciones que los editores decidieron que eran menos importantes, o que ideológicamente merecían ser tratadas con menos relevancia.

Desde los productores de noticias suele trabajarse con bastante certeza la comunicación; la palabra es precisa y los mensajes icónicos son codificados, alcanzándose conclusiones desde premisas que establecen comparaciones o analogías entre elementos distintos.

Es el mensaje icónico no codificado el que establece un receptor imaginario, del cual –aunque a través de estudios sociales se le conoce cada vez más– todavía

no se logra tener seguridad absoluta sobre sus características, conductas e intereses. Ante esta incertidumbre, los medios de comunicación hacen grandes esfuerzos por influir en la demanda de los ciudadanos: quieren interpretarlos, modelar sus gustos y preferencias; saturar los espacios de una información uniforme y bloquear los accesos a contenidos disruptivos que pudiesen alterar el vínculo entre la mercancía informativa que promueve el medio de comunicación de masas y el lector.

El texto, la fotografía y el diseño de la portada son tres elementos importantes en un periódico, esta conjunción permite que se tenga una mayor legibilidad. De la palabra y el diseño resulta relativamente visible el tipo de público que se está buscando informar; por ejemplo, en Chile; un lenguaje coloquial y lúdico indica que interesa a un público social y educacionalmente medio o medio bajo; y un diseño rígido y cuadrangular muestra que se apuesta a un público más conservador, temeroso de los cambios.

Cuando se busca analizar y entender una fotografía de prensa, uno se encuentra con que las características de la industria periodística, el apremio del tiempo, la inversión tecnológica y el tipo de papel, atentan contra la calidad material y el encuadre fotográfico. Aquellos son motivos que justifican que se publiquen imágenes de índole cuestionable. La elección, aún en detrimento de la calidad fotográfica, no es azarosa: es editorialmente concordante con la misión del diario.

Si bien se podría acusar a la prensa diaria de utilizar la fotografía como una simple complementariedad del texto escrito, como “ilustración” de una noticia, cuya importancia radica en el código lingüístico, no es menos cierto, que no atendemos suficientemente el hecho de leer la imagen como leemos las palabras (responsabilidad que comparten los periódicos en general por la pobreza expresa y artística de sus fotografías) (Vilches, 1997, p. 190).

En este proceso se sacrifica la complejidad de una fotografía y la belleza estética que podría lograrse en ella, privilegiándose imágenes significativas y simbólicas, de fácil lectura para el público. Son fotografías en donde el significado adquiere potencia de acuerdo a la ubicación espacial que ocupa y desde ahí se fortalece o se le otorga un peso moral e ideológico. Generalmente, se opta por usar imágenes estereotipadas que permiten con rapidez identificar y enjuiciar al acontecimiento o al personaje.

La ubicación espacial de la imagen le da un uso que permite resignificar el contenido no solo de la fotografía, sino también del artefacto visual. Posibilita, además, enmarcarlo, contextualizarlo, valorarlo, dialogar con la propuesta del contenido, criticarlo y crear un significado. Todo ello es posible debido a que

La imagen no es un artefacto puramente visual, puramente icónico, ni un fenómeno físico, sino que es la práctica social material que produce una cierta imagen y que la inscribe en un marco social particular, [...] siempre involucran a otros sentidos, pero

sobre todo involucran a creadores y receptores, productores y consumidores, y ponen en juego una serie de saberes y disposiciones que exceden en mucho la imagen en cuestión (Dussel, 2006, p. 281).

Precisamente ese proceso industrial queda invisibilizado en lectores distraídos, es aquella sucesión la que permite develar el aspecto interesado que tiene un medio de comunicación y es la que facilita: identificar las subjetividades y considerar el origen de la construcción y posterior amplificación del mensaje, en definitiva, darle sentido.

La imagen visual es una proposición de significado que, al ubicarse en un contexto, sugiere al lector un modelo de los objetos representados, que debiera confrontar con sus propios esquemas o representaciones, a partir de ello, busca una clave interpretativa, cuyos tópicos están introducidos en el texto escrito e icónico. En ese marco, es un relato que no debiera ser naturalizado como un equivalente a la verdad de un acontecimiento, sino como un discurso de la realidad, el cual propone una verdad incompleta.

La fotografía periodística es una forma de producción discursiva y de creación de sentidos, que responde a una gramática y una sintaxis propia. Entendida como un discurso, puede ser observada, analizada/decodificada e interpretada. Una fotografía de prensa publicada por un medio que goce y/o represente una relativa objetividad, es un espacio de reflejo de la realidad, de prueba de existencia y veracidad, compartiendo la responsabilidad que la instala como un dispositivo verosímil con el medio de comunicación. Ahí radica y se atrinchera el valor de la veracidad fotográfica, ahí se valida el medio y la fotografía, en esa interacción se constituye un soporte de transformación de la realidad, un representación social.

Quienes observan las imágenes visuales mediáticas participan de una lucha soterrada por imponer imágenes significativas en los imaginarios. Gissele Munizaga plantea:

De manera cada vez más significativa se toma conciencia, por un lado, del papel fundamental de los medios masivos en la representación de las visiones de mundo y de los valores con que los sujetos sociales enfrentan la realidad; por otro, de cómo los medios no sólo nombran y definen esta realidad, sino que, en un rol performativo, son parte constitutiva de los modos de existencia y funcionamiento de las sociedades modernizadas (1999, p. 11).

De acuerdo a las características propias de cada periódico, y dando cuenta de las visiones de mundo que predominan institucionalmente en nuestra sociedad, los diarios, un día después de la muerte de Pinochet, crearon una portada interpretativa. Es posible que no tuviesen otra opción, ya que es una imagen condicionada; cualquier imagen de Augusto Pinochet es una interpretación de su persona, lo cual genera

emociones intensas; en este caso, es una perogrullada aceptar que cualquier fotografía del ex dictador es una interpretación discursiva y no una muestra de la imparcialidad del medio.

Las portadas mantuvieron la estructura narrativa del periodismo objetivo, trataron de ser eficaces en la transmisión del mensaje; se denotó la misión de entretener y vender que tienen como política editorial, identificándose como diarios

Orientados primordialmente a producir y difundir mensajes eficaces para atraer a públicos, dado que los públicos son el verdadero producto de los medios, aquel que venden a las agencias publicitarias, aquel que por medio del cual se financian y obtienen ganancias. En este sentido, cualquiera sea el contenido o la forma de una comunicación más mediada, si atrae a un público objetivo es eficaz y, a su vez, cualquiera comunicación que no capta audiencias puede ser desechada (Munizaga, 1999, p. 13).

Esa lógica que orienta el negocio de los medios de comunicación permite que su evaluación y consideración social esté dada, además de lo ideológico, por su comportamiento como producto informativo que se rige por el mercado, lo cual se ve reflejado en dos elementos que se potencian; cantidad de ejemplares que se venden y centímetros por columna que ocupa el periódico destinado a la publicidad.

DEL ANÁLISIS

Portada 1	Portada 2	Portada 3	Portada 4
			

La portada de *La Tercera*. Destaca a un hombre anciano, vestido de traje azul, con la mirada fuera del cuadro fotográfico (plano medio corto) con palabras en blanco que dan cuenta de su muerte. El lenguaje escrito es neutro: “Muere Augusto Pinochet” y luego se destaca que el periódico trae una amplia cobertura sobre el

tema. La fotografía elegida es la de un Pinochet vestido de civil, mirando el cielo, el plano le otorga solemnidad. Aparece un veterano compuesto, destaca la mirada y el color de sus ojos claros. La representación de la imagen visual de la portada es la de un estadista, un hombre que deja un legado. Se potencia la imagen de un civil, se invisibiliza su condición de militar.

La portada de *Las Últimas Noticias*. Presenta un primer plano a todo color, el rostro de un anciano con gorra militar, la palabra escrita explicita la promesa de relatar el último día del personaje, y, en presente, su llegada al lugar del velorio. Se usa un lenguaje neutro, y la conjunción de las palabras y la fotografía le dan un carácter marcial a la imagen. Se presenta una representación icónica de Pinochet de la transición democrática, cuando era Comandante en Jefe del Ejército, supeditado al sistema democrático. La representación de la imagen visual alude a un hombre viejo, elegante, solemne, y democrático, evoca su último periodo.

La portada de *La Nación*. Un fondo negro, sin márgenes, destaca una fotografía que ocupa casi toda la página, que, en la imagen de un hombre con anteojos oscuros, fija un mensaje con letras blancas. De Pinochet aparece su nombre, la fecha de nacimiento y de muerte. En la parte inferior, se explicita una frase que propone pasar al olvido. Utiliza una letra cuadrada, rígida, que connota agobio. El hombre entre las rejas de su apellido, el nombre propio aprisiona al hombre. El valor connotativo de las palabras no está en el primer llamado: Pinochet: 1915-2006, sino que en la exclamación que aparece en la parte inferior de la portada ¡Nunca más!, son palabras certeras. La fotografía elegida es la del Comandante en Jefe del Ejército, golpista, traidor, responsable de las violaciones a los derechos humanos y de la tortura. Imagen fija que presenta al ex militar como un hombre serio, duro, luciendo bigotes y anteojos oscuros. La imagen visual tomada en 1974 representa al dictador que se tomó por las armas el gobierno. Implícitamente, a través de un detalle en la parte inferior de la portada, hay un llamado de futuro, el periódico invita a dar vuelta la página de la historia. Propuesta política y social que representaba a los sectores mayoritarios de la Concertación y que, algunos años antes, fue acogida por el Comandante en Jefe del Ejército, General Juan Emilio Cheyre.

La portada de *El Mercurio*. Este periódico dispone de un orden visual que establece un marco relativamente cronológico, jerarquiza las fotografías; anuncia la muerte de Pinochet, ilustrándola con el ataúd que está en la capilla y que contiene a su cuerpo. Luego, se concentra en los acontecimientos que sucedieron después de la muerte del Dictador. Se denota algarabía y desazón. La letra es delgada y sobria. El primer llamado no le adjudica títulos a Pinochet, se da por entendido que el lector sabe de quien se trata. Con un lenguaje neutro se utiliza un título expresivo “Impacto

en Chile y el mundo”, en todas las llamadas se destaca su grado de general de ejército. Las fotografías tienen un tamaño pequeño, destacando una en donde aparece viejo y postrado, también se informa del lugar de su velorio, la idea es mostrar el carácter espacial y temporal de la noticia. Además, se publica una fotografía de los incidentes entre quienes festejaron la muerte del general y Carabineros; llamadas en el centro de Santiago. La imagen visual de la portada destaca el carácter internacional de la noticia, sin calificarla de positiva o negativa. La expresión “la era de un general”, le da un valor de legado, connota una obra que simbólicamente tiene herederos. La diversidad de los tradicionales llamados de otras noticias que tiene usualmente el periódico, fue mantenida anunciando las reacciones de sus más cercanos colaboradores, temáticamente no hubo diversidad, solo se ampliaron las fuentes. Interesante resulta la consignación que hace el diario de que el ex Comandante en Jefe no recibirá honores de Jefe de Estado. Al relevar la información se establece la pregunta, y podría entenderse como un reclamo. ¿Merecía honores aquel reconocimiento?

Es oportuno reflexionar que el problema de la interpretación en un texto, según Paul Ricoeur, más que una secuencia lineal de oraciones es un proceso acumulativo y holístico con más una manera de ser interpretado, pero su interpretación es finita; el texto, dice el autor, es “un campo limitado de interpretaciones posibles. La lógica de la validación nos permite movernos entre dos límites: el dogmatismo y el escepticismo. Siempre es posible abogar a favor o en contra de una interpretación, confrontar interpretaciones, arbitrar entre ellas y buscar un acuerdo, incluso, si este acuerdo no está en nuestro alcance” (2000, p. 186).

Aquella postura también es atendible a la imagen, en cuya estructura –aunque su lectura sea polisémica– encontramos niveles de relaciones que en algún momento se acabarán o terminarán careciendo de coherencia interna, y con ello, de fuerza interpretativa. Es la relación entre los signos que presenta el dispositivo visual lo que nos permite profundizar una primera aproximación al significado de la portada. En el proceso entre el emisor y el receptor existe un espacio de penumbra, reinterpretándose la manera de mirar que tuvieron los creadores de la imagen. Ahí se suma, o mejor dicho, se establece paralelamente, otra manera de mirar; que puede ser contemplativa o activa, la cual establecerá sus propias jerarquías y se completará con elementos propios: lo que la imagen oculta será llenado en el marco del canal en el cual es publicada y la cultura en la que se presenta.

Otro proceso que se genera entre el emisor y la obra es lo que Barthes denominó el “punctum”, el cual comprende a aquellas imágenes que van más allá del gusto. Imágenes que impactan, que provocan, que poseen un elemento que lastima y molesta. Se trata de una imagen que en su composición tiene un detalle que moviliza internamente, es un elemento que no puede ser codificado. Al respecto, sentencia: “lo que puedo nombrar no puede realmente punzarme” (2005, p. 90). La figura de Pinochet provoca un “punctum”, independientemente del contexto en la cual sea

publicada, y, en el caso de las portadas, puede identificarse en la intención de sus creadores de simbólicamente “limpiar” a un personaje y en el caso de *La Nación* de presentarlo en el marco de una gráfica que invita a superar su figura en medio de la vigencia de su obra y sus crímenes.

El “punctum” de Barthes apela correctamente a la validación de los prejuicios como condicionantes de la apreciación fotográfica, lo cual es coincidente con lo señalado por Gadamer al sugerir que la lente de la subjetividad es un espejo deformante: “la autorreflexión del individuo no es más que una chispa en la corriente cerrada de la vida histórica. Por eso los prejuicios de un individuo son, mucho más que sus juicios, la realidad histórica de su ser” (1993, p. 344). Todo ello nos permite comprender que el proceso de lectura de una imagen es complejo, se busca contrarrestar la arbitrariedad del prejuicio con un método que permita alcanzar algún grado de objetividad.

Las portadas sobre los periódicos son hostiles para la memoria colectiva de una parte importante de los chilenos; el espacio “sanitizado” que intentan construir los medios de comunicación genera desazón y estupor, se presenta una figura que el periódico, al ampararse en la falsa ideología del periodismo objetivo, releva como un personaje del cual informar, sin condicionarlo a juicios morales ni valóricos. La proximidad ideológica del medio a las portadas se evidencia por los vínculos extra informativos que contaminan el producto noticioso. Las portadas usurpan la estructura narrativa del periodismo informativo para ocultar su carácter interpretativo, para “evangelizar” a un, supuesto, público distraído.

Con la sola excepción de *La Nación*, los medios de comunicación escritos optaron por mostrar una imagen de Pinochet desvinculada de las acusaciones de violaciones a los derechos humanos que recaen sobre él. *La Nación* es el periódico más directo para presentar la noticia, *El Mercurio* mantiene su sutileza, pero le da solemnidad a la información, subyace su opinión. En ambos casos aparece con nitidez el carácter interpretativo de la información que están entregando. La fotografía es usada como complemento de las palabras, incluso a veces recae sobre ellas toda la interpretación de la imagen (*La Nación*), en otras trasmite un mensaje que se refuerza con las palabras.

La idea de que la imagen adquiere un significado o se resignifica dependiendo del espacio que ocupa, se refuerza o ejemplifica con la imagen de Pinochet como Comandante en Jefe del Ejército, supeditado a las normas democráticas. Esto genera resistencia en muchos sectores, ya que ven la intención de limpiar una imagen. Por otra parte, podría entenderse como la representación del ocaso de un general: la vejez, la soledad y el infortunio.

Tres de los cuatro periódicos se dirigen a un público social y educacionalmente similar, aquella diferencia no se nota en el tratamiento lingüístico y visual de las portadas, en relación al diario que está dirigido a un público más popular. *La Nación* trabaja con elementos abstractos, trasmite un mensaje explícito desde la tipografía al

cambiarla para decir algo más, los otros periódicos no hicieron modificaciones en este sentido.

Todas las portadas, recubiertas de un mensaje informativo, utilizaron imágenes expresivas que estimulaban la paz social, la búsqueda de un dejar atrás y de dar vuelta la página. No se pueden concluir interpretaciones de imágenes visuales, más aún cuando son utilizadas para representar un acontecimiento que genera movimientos emocionales, más que cognitivos. Sin embargo, se pueden validar pragmáticas de las imágenes que sean representativas de otras individualidades, pero siempre como singularidades, nunca como totalizadoras de un colectivo.

En síntesis, los medios de comunicación escritos, excepto *La Nación*, se comportaron coherentemente con su trayectoria como cómplices pasivos, y en algunos casos activos, de la Dictadura. La elección de las fotografías fue una decisión condicionada por las características de Pinochet, ya que su imagen apela a la memoria individual y colectiva de los chilenos. Por ende, cualquier representación que se expusiese de él, iba a ser una interpretación de su obra y figura.

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (2005). *La cámara lúcida*. Buenos Aires: Paidós.
- Casasús, J. M. (1972). *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Salvat.
- Dussel, I. (2006). Educar la mirada. En I. Dussel y D. Gutiérrez (Eds.), *Educar la mirada: políticas y pedagogías de la imagen* (pp. 277-293). Santiago: Manantial.
- Gadamer, H. G. (1993). *Verdad y Método*. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- Martine, J. (2003). *La Interpretación de la Imagen. Entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós.
- Munizaga, G. (1999). Escenas Mediáticas de la Democracia. En C. Ossa (Ed.), *La pantalla delirante* (pp 9-22). Santiago: ARCIS.
- Ricoeur, P. (2000). *Del Texto a la Acción*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Vilches, L. (1997). *La Lectura de la Imagen*. Barcelona: Paidós.