

El acontecimiento como contenido de las noticias: repensando una metodología

Bruno SOUZA LEAL

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - Brasil
brunosleal@gmail.com

Elton ANTUNES

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - Brasil
eltunes@gmail.com

Paulo Bernardo FERREIRA VAZ

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - Brasil
eltunes@gmail.com

Recibido: 15/12/2011

Aceptado: 14/05/2012

Resumen

Este artículo reflexiona sobre la metodología de análisis de contenido, en sus límites y sus implicaciones como un método de comprensión de la relación entre periodismo y acontecimientos. Difundido en estudios de periodismo, el análisis de contenido es visto aquí en sus presupuestos e imposibilidades, como es detallado en un estudio de caso de portadas de revistas semanales de información.

Palabras clave: Periodismo, análisis de contenido, acontecimiento.

The Event as News' Content: Thinking a Methodology

Abstract

This article reflects on the methodology of content analysis, in its limits and its implications as a method of understanding the relationship between journalism and event. Widespread in journalism studies, content analysis is seen here in its assumptions and impossibilities, as detailed in a small case study on the covers of newsmagazines.

Keywords: Journalism; Content Analysis, Event

Referencia normalizada

SOUZA LEAL, Bruno; ANTUNES, Elton; y FERREIRA VAZ, Paulo Bernardo (2012): "El acontecimiento como contenido de las noticias: repensando una metodología". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18, núm. 1, págs.: 383-398. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Sumario: 1. Introducción. 2. El análisis de contenido: de la estabilidad del mensaje a las relaciones de sentido. 3. Periodismo y acontecimiento: tesituras complejas. 4. Acontecimiento y análisis de contenido: tramas. 5. Una aproximación: portadas de revistas en análisis. 6. Combinaciones: el análisis de contenido como metodología a ser complementada. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

Cuando Néelson Traquina (2005), al final del decenio de 1990, trató de verificar el hipótesis de una "comunidad transnacional de periodistas", usó como una de sus bases metodológicas el llamado "análisis de contenido". De esa forma, se ha filiado a una fuerte tradición anglo-sajona¹ que ve en esa metodología un camino pertinente para el

¹ Seguramente, fuera del mundo anglosajón, otras perspectivas de investigación también echan mano del análisis de contenido, pero mantienen fundamentalmente la inspiración dada por los trabajos desarrollados por la escuela funcionalista americana, iniciada por Lassweel y posteriormente desarrollada por Berelson.

acompañamiento y verificación no sólo de lo que los medios “dicen”, como también de algunas de las dimensiones de las complejas relaciones entre ellos y la vida social. Traquina ha tomado como punto de inflexión de su investigación un acontecimiento también transnacional, de gran complejidad: la infección por el virus HIV. Así, se recupera una conexión vital en este trabajo: el análisis de contenido (AC) es una de las metodologías más frecuentemente evocadas cuando se busca aprehender el modo (o los modos) como los vehículos noticiosos construyen los acontecimientos, siendo esa la clave para observar las (des)articulaciones entre los agentes mediáticos y sociales -incluyéndose ahí el receptor- y comprobar hipótesis relacionadas a los *media effects*, al *agenda-setting*, entre otros.

Sin embargo, la preferencia por el análisis de contenido, si se presenta legitimada en la investigación de comunicación, señala límites e implicaciones claras, hechas visibles por la aprehensión atenta de sus presupuestos y/o por las críticas a ella dirigidas por otras corrientes en boga, como el análisis del discurso. Este artículo, que se integra a un esfuerzo de revisión de la relación entre periodismo y acontecimiento, parte de algunos hallazgos de ese recorrido para contribuir con la apreciación crítica de esa metodología. El argumento básico de este trabajo se sintetiza, entonces, a continuación: ¿si no hay necesariamente anterioridad lógica y cronológica entre acontecimiento y noticia, que desafíos el análisis del contenido enfrentaría para poder abarcar ese acontecer cotidiano de los hechos mediáticos? Ese argumento será mejor explicitado a lo largo del trabajo que se inicia por presentar aspectos generales del análisis de contenido, y se dedica a precisar algunos de sus límites, para, observando las complejas relaciones entre periodismo y acontecimiento, tratar de delinear los retos a enfrentar.

2. El análisis de contenido: de la estabilidad del mensaje a las relaciones de sentido

Un incómodo inicial que se puede tener con el análisis de contenido adviene exactamente de su objeto privilegiado: ¿cómo es posible analizar algo tan inestable como un significado? A fin de cuentas, no es ninguna novedad reconocer que el contenido no es una propiedad de un texto, constituyéndose en su interacción con su receptor, en un proceso que involucra tanto una dimensión privada performativa, particular, como otra, social, contextual e histórica. Se encuentran ahí, como observan CASETTI y CHIO (1999), algunos de los fundamentos del análisis de contenido y de las críticas que él recibe. En un primer plano, hay claramente, en el análisis de contenido, el desafío de superar su fundamento epistemológico, que envuelve todavía una idea de texto excesivamente simplificada (1999: 248). En un segundo plano, metodológico, esa simplificación tiende a reducir demasiadamente la complejidad no sólo de los textos impresos, pero también, de manera más acentuada, de aquellos de naturaleza audiovisual.

En lo que se refiere al fundamento epistemológico del análisis de contenido, ese método toma el presupuesto de que, en el texto, habría un mensaje pasible de ser identificado por el analista. No hay como huir, así, de una visión linear del proceso de comunicación, en que un emisor codificaría un mensaje, enviándola a los receptores por un canal. La estabilidad del mensaje sería, entonces, un presupuesto inevitable, tal

como asume HERSCOVITZ (2007), al reflexionar sobre el análisis de contenido aplicado al periodismo y al vincularlo al paradigma de Harold Lasswell, que según la autora, sería resumido a las cuestiones “¿qué dicen los medios, para quién, en qué medida y con qué efecto?” (HERSCOVITZ, 2007: 127)

Esa vinculación paradigmática, sin embargo, no es tan confortable como se podría suponer a todos los que tienen el análisis del contenido como un instrumento válido. BAUER (2008), por ejemplo, propone la revisión de lo que se considera “el análisis de contenido clásico” y observa la apertura de los textos a diferentes lecturas, comprendiendo que la producción de sentido es marcada por diferentes intencionalidades co-determinadas, que articulan las instancias del texto, de la producción y de la recepción. Así, para BAUER, “la falacia principal” del análisis de contenido sería pensar que el método posibilitaría inferir intencionalidades o interpretaciones específicas. Así revisado, el análisis de contenido sería menos un ejercicio (¿autoritario?) de interpretación de textos, apartándose de una filiación ortodoxa al paradigma de Lasswell, y más un esfuerzo de levantamiento de regularidades y recurrencias. Como dice BAUER (2008), el AC alcanza, en la mejor de las hipótesis, lecturas e intenciones a través de la exclusión o de la tendencia, o sea, como resultado de inferencias elaboradas a partir de datos levantados.

Quedan claros, entonces, por lo menos dos aspectos fundamentales del análisis de contenido: primero, que él puede ser revisado a la luz de otros paradigmas comunicacionales, diferentes del modelo de Lasswell, porque -ese es el segundo punto- su interés no está en el contenido de un texto, pero en características de la vida social que se manifiestan en los textos. BAUER, en ese sentido, explicita aun más ese enfoque del análisis de contenido cuando trata de aproximarlos al estudio de la música, que es abordada como una indicadora de estructuras sociales que le proveen de relaciones de sentido, trascendiendo discusiones respecto a los procesos semióticos típicos del signo sonoro y del lenguaje musical.

Para el análisis de contenido, el gran objeto de estudio, por lo tanto, no es un texto ni un conjunto de textos. Como máximo, los textos constituyen su *corpus* empírico, desde donde se alcanza su real objeto de investigación: un contexto social específico. Los textos, así, son considerados como expresiones de ese contexto y, al analista, el sentido de un elemento particular de su *corpus* le interesa menos que observar la manifestación de recurrencias, regularidades; datos que, por fin, son tomados como indicadores de las dimensiones de la vida social en estudio.

De esa manera, los estudios basados en AC acaban por tomar el texto como el tejido lingüístico de un determinado discurso, aquello que está precipuamente en la orden del registro escrito. En términos de operación metodológica, consideran el texto a penas como modo de aparición de los mensajes. De esa forma, el análisis de contenido adquiere cierta idea de literalismo, de que el sentido está integralmente contenido en un texto, efectivamente en las palabras usadas. Por esa perspectiva, aunque el análisis de contenido postule históricamente que su único interés es el “contenido manifiesto”, las consecuencias son epistemológicamente más amplias. Como observa OLSON (1994), la aprehensión del sentido literal depende del entendimiento sobre la forma como los textos fueron usados por los autores para producir ciertos efectos.

En otras palabras: se puede considerar que en AC, con su óptica transparente y literal, el texto en verdad no se ve. Se adoptan presupuestos reduccionistas para que se pueda creer que el texto podría expresar un significado central y coherente. Se trata, en suma, de una concepción abstracta de texto, sin referencias materiales y sensibles. Afirmando la centralidad del significado del texto, el análisis de contenido dice en verdad que el texto no es y no será observado. Se presenta, entonces, el sentido de la crítica de CASETTI y CHIO al análisis de contenido y su visión “simplificadora” de los textos, que son tomados como continentes de datos, como soportes de elementos a los cuales la investigación reconoce “un significado y un valor autónomos” exactamente porque proceden del contexto social. Es menester considerar, en ese sentido, que ese pretense recolector de sentidos en el campo de los textos no se interesa por lo que no está aparente, una vez que su mirada busca exactamente identificar los elementos *manifiestos* de los colores y matices sociales. La incapacidad, o por lo menos la dificultad, para lidiar con lo no dicho y el silencio como partes constitutivas del sentido y del proceso de significación es el blanco de las críticas dirigidas al análisis de contenido por los analistas del discurso e investigadores de otras filiaciones teórico-metodológicas.

Seguramente, la crítica a la perspectiva del AC no resuelve todos los problemas con la noción de texto en los estudios de comunicación. ¿Cómo pensar un ensanchamiento de la noción de texto que tome en cuenta la dimensión relacional de la comunicación, la condición de los medios como lenguajes, los procesos intersemióticos y las estrategias discursivas? Al fin y al cabo, no es sólo el análisis de contenido, en el campo de la comunicación, que aprehende el texto como unidad lógica, como un todo coherente. ¿Qué unidad es esa? ¿Cuáles son las fronteras y límites del texto? ¿Si se define un texto mediante otro texto, en encajes sin fin, como establecer un término para su aprehensión?

En nuestro caso, para la comprensión del acontecimiento periodístico, es preciso explicitar algún entendimiento de los procesos textuales en el universo de los medios. De nuestra parte, consideramos que esos textos están siempre referidos a actores sociales y en correlación con dispositivos mediáticos, implicados en procesos materiales, inmateriales e históricos (DUARTE, 2000). Trabajamos, por lo tanto, con una perspectiva de aprehensión de los medios como matrices de textos y como moduladores de los procesos mediáticos, lo que implica, antes que nada, hablar de *textos*, en plural. En los procesos de significación mediáticos, los textos se dan siempre en un juego continuo de cierre y apertura de/para otras *texturas*.

Se trata, por lo tanto, de no reducir el texto, admitiendo su complejidad constituyente. Retomar la etimología como inspiración puede ser un paso en ese camino: texto que viene de *texto* (tejido, tela) y de *textere* (hacer con hilos, tramar, urdir). Luego, un “texto” surge como obra tejida y como un tejer, recordando a Roland BARTHES (1974) cuando afirma que texto quiere decir tela/tejido, pero no como resultado de un tejer ya terminado, sino como una tesitura perpetua, constante, que entrelaza hasta el propio sujeto. Así, los textos mediáticos son construidos en medio y por medio de una red/trama ilocucionaria de textos que se encuentran entrelazados y se afectan de ma-

nera recíproca. Los textos dicen también de nuestras relaciones con ellos, informan también gestos y pensamientos. O, como dice Michel de Certeau, el texto es una forma de operación que tiene poder sobre la exterioridad de la cual fue previamente aislado. No será sólo escritura, pero se define también en la lectura, en la apropiación, en lugares, dispositivos, técnicas, actores sociales. Es de esa manera que todo texto inscribe relaciones en sus formas. En esta comprensión, se impone, así, un cambio de los propios objetivos del AC, pues, en el lugar de presentarse como una técnica objetiva para la mejor comprensión de un objeto preciso y finito de la comunicación, se admitiría antes que nada que el proceso de significación no es unívoco y, por ello, no se desencadenaría autónomamente y un texto tampoco tendría sus límites fácilmente demarcados. El significado es parte de un proceso relacional en que texto, productor y receptor se conforman mutuamente.

El alejamiento de una filiación ortodoxa al paradigma de Lasswell y la renovación del concepto de texto, aliados al objetivo de identificar los elementos del contexto social manifestados en las superficies textuales, acentúan el carácter fuertemente interpretativo (o inferencial) del análisis de contenido. Así, uno de sus grandes desafíos, es precisamente producir modos de codificación válidos para sus objetos empíricos para desarrollar una lectura a la vez consistente fidedigna y legítima. Al fin y al cabo, como define GIBBS (2009), la codificación es el procedimiento a partir del cual los elementos teórico-conceptuales, vinculados al contexto y que orientan la investigación, se aproximan de los objetos empíricos, produciendo la necesaria y fundamental articulación que justifica el análisis de contenido. El riesgo de apagamiento completo de los textos, por la imposición del referencial teórico, o de la identificación de un sinfín de piezas de colores muy variados hace que ese momento sea dotado de un carácter interactivo, experimental y sistemático.

Interactivo, por exigir que referencial teórico y *corpus* empírico se comuniquen reflexivamente: tanto el primero, determinando adecuaciones, modos de composición del segundo, como el segundo, demandando inversión en la precisión, delimitación, ajuste y/o profundización de aquél. De ahí que se nota el carácter experimental del proceso: raramente esa interacción existe *a priori*. Frecuentemente, toda vez que se opta por el análisis de contenido se dedica un buen tiempo al perfeccionamiento del “mapa de codificación” a través de pruebas, tratamientos iniciales de los textos y mayor revisión bibliográfica, algo que se vuelve más complejo cuando la investigación es desarrollada colectivamente. Con ello, la lectura propiciada puede adquirir su principal cualidad: la sistematicidad. Diferentemente de un gesto particular de producción de sentido, el análisis de contenido produce datos que son sistemáticos, tanto por el esfuerzo dedicado a ellos como por su naturaleza recurrente y cumulativa.

Por otro lado, el uso cada vez más frecuente de *softwares*, si contribuye considerablemente para la amplitud del *corpus* empírico, deja aun más clara otra limitación metodológica del análisis de contenido: el privilegio del lenguaje verbal y la dificultad de su aplicación en textos complejos, que implican tesituras semióticas diversas. La observación de BAUER (2008), respecto a la relación entre música y sentido, es sintomática en ese sentido. Sólo es posible ignorar la cuestión de cómo se constituye el

sentido del lenguaje musical si la base de la codificación es prioritariamente verbal y si ella implica la sumisión de la especificidad de todos los demás sistemas semióticos a la palabra. Así, hasta cuando ROSE (2008) o ROCHA (2008) tratan de desarrollar el análisis de contenido para aplicarlo a las imágenes en movimiento, se observa que ellos se basan en la adopción de presupuestos que mantienen el privilegio de lo verbal frente a otros sistemas semióticos.

3. Periodismo y acontecimiento: tesituras complejas

En sus estudios sobre el periódico cotidiano, MOUILLAUD y TÉTU (1989) desarrollan algunas reflexiones fundamentales para el entendimiento de la relación periodismo/acontecimiento. Uno de los más provocativos considera que el periodismo no está delante de los acontecimientos, que llegan al proceso de producción de las noticias a partir de una larga cadena de transformaciones, en que acciones e interpretaciones configuran y reconfiguran los eventos, o sea, perpetúan y hacen su acontecer. Al toparse con la “membrana sensible” de los medios, los acontecimientos son transformados a partir de categorías y modos de saber que constituyen la racionalidad periodística. Entran en escena, entonces, los procesos de singularización, la periodicidad del vehículo, que da ritmo y organiza su proceso productivo, sus necesidades narrativas, sus expectativas en relación a los públicos y su inserción en relación a los demás agentes mediáticos competidores y/o complementarios. En ese proceso de transformación del acontecimiento en acontecimiento mediático, una categoría importante, señalan MOUILLAUD y TÉTU (1989), es la propia noción de hecho, a partir de la cual los periodistas leen, configuran y producen los acontecimientos. En ese sentido los investigadores franceses observan que el acontecimiento “...est une unité culturelle et qu’il est déjà codé à l’intérieur de l’espace de l’information” (1989: 13).

Por esa perspectiva, dos relaciones naturalizadas en la comprensión del periodismo son desplazadas radicalmente. De un lado, la propia visión de que los acontecimientos anteceden a la acción periodística de transformarlos en “hecho”. Siendo una “sombra proyectada” por el concepto de hecho, el acontecimiento constituye una especie de residuo del saber periodístico, algo que se infiere a partir de su transformación en narrativa noticiosa. En otras palabras, el acontecimiento es tanto anterior como posterior a la acción periodística, que se constituye, entonces, como un actor social más en el proceso de diseminación -lectura, conformación y producción- de los eventos y no sólo como el momento último de un recorrido lineal y finito. De esa manera y por otro lado, la separación entre sujeto y objeto, tan cara a la visión del periodismo como “espejo del real”, se evanece, pues el acontecimiento es tanto el material de trabajo del periodista como el producto de su hacer. El acontecimiento no es un dato, sino un constructo histórico-social dinámico e inestable.

El sociólogo francés Louis QUÉRÉ (2005), en ese sentido, advierte que un acontecimiento exige necesariamente la implicación de un sujeto, capaz de notarlo y darle inteligibilidad. Sujeto y acontecimiento se afectan mutuamente, se constituyen y se transforman. De acuerdo con QUÉRÉ (2005), la experiencia social se da a través de los diversos acontecimientos, grandes o pequeños, fuertes o débiles, que ocurren en el cotidiano y que articulan dialécticamente identidad y diferencia, continuidad y dis-

continuidad, presente/pasado/futuro. Un acontecimiento, dice él, contiene siempre una diferencia de los otros, lo que hace que su existencia sea condicionada, pero no determinada por la situación histórica, una vez que su emergencia contiene elementos de novedad, de ruptura, de rearticulación de las relaciones sociales que le dan origen. Visto bajo un ángulo pragmático y hermenéutico, el acontecimiento es, por lo tanto, percibido como dotado de “pasibilidad” y “poder hermenéutico”, o sea, de la capacidad de afectar a los sujetos, exigiéndoles comprensión y acción. Con ello, como observa José REBELO (2005), un acontecimiento es explicable, volviéndose “hecho”, por la producción de narrativas, y explicativo, por el poder que transporta, como revelador de lo que se transforma, en las cosas y en las personas.

Los medios, en ese caso, actúan en la dupla función de “soporte” de la identificación y exploración de los acontecimientos y como agentes en el debate sobre los problemas que estos instauran, ofreciendo, así, narrativas, pruebas de verdad, perspectivas. Simultáneamente, observa REBELO, los medios contribuyen para la naturalización de los acontecimientos, o sea, para su apropiación por los sujetos, fabricando adhesiones y produciendo una historia “fragmentada”, una continuidad de mutaciones incesantes. Por esa perspectiva, en relación a los acontecimientos que los antecederían, las noticias, como narrativas, ya son resultado de una acción hermenéutica que los transforma en hecho. Imagen del acontecimiento, por lo tanto, la noticia pone en circulación lecturas, explicaciones, una visión peculiar de la economía de tensiones en él presentes. Al producir una noticia, el periodismo opera una lectura, un encuadre del mundo que produce su visibilidad, o sea, hace emerger el acontecimiento como información. Esa operación, advierten MOUILLAUD y TÉTU (1989), constituye una realidad discursiva, un campo dotado de profundidad, pues encierra, en su interior, un referente y un relieve, y, en un fuera de campo, un conjunto de referencias que contextualizan y hacen posible la visibilidad anhelada.

En ese proceso, es importante resaltar que la opacidad es elemento fundamental, pues mientras las noticias recortan una superficie de la escena de los acontecimientos, ellas también ocultan aquello que su proceso de encuadrar no alcanza. MOUILLAUD y TÉTU (1989) reconocen que todo el esfuerzo narrativo no es capaz de asimilar la totalidad y complejidad del mundo que encuadran. Para hacerlo, las noticias tratan de aprehender, linealmente, toda la dinámica del acontecimiento a partir de sus fragmentos, que son ordenados de acuerdo con el saber periodístico. Lo visible sería el “hecho”, eso que llega al lector, pero frente a la imposibilidad de comprender la totalidad del acontecimiento, sus otros fragmentos permanecerían como una sombra, su invisible.

La “producción de visibilidad” señalada por QUÉRÉ se revela propiamente como una operación de construcción, una vez que los medios noticiosos necesitan acontecimientos, tienen que generar noticias en el ritmo determinado de su periodicidad. La operación de encuadre del mundo, en su peculiaridad de condiciones, es ella misma un gesto interpretativo que hace producir, como destacan MOUILLAUD y TÉTU, una escena y un relieve a partir de los cuales, los acontecimientos emergen. Ese encuadre se da en función de expectativas de recepción, o sea, se orienta en función de imágenes y posturas presupuestas para el receptor, consumidor final de ese producto en oferta.

Ese encuadrar, resaltan MOULLAUD y TÉTU, no se constituye como un contenedor rígido, sino como un gesto de construcción que comporta rupturas y resistencias. Así, se entiende que las noticias aparecen ellas mismas como acontecimientos para sus receptores, que, a su vez, desarrollan diferentes estrategias para interpretarlas, para relacionarse con sus demandas, en una cadena incesante en que cada suceso puede hacer emerger una articulación peculiar de tiempos y explicaciones.

La relación periodismo/acontecimiento, por lo tanto, no se resume a fórmulas -lo fuera de lo común, lo que “irrumpe” inesperadamente en el cotidiano- que distancian el uno del otro, como sujeto y objeto, y que traen una visión de los eventos como elementos estables y pacíficos, listos para la acción objetiva y distanciada de los periodistas. Por el contrario: hay que tomar en cuenta el carácter rutinario de las noticias, sea en relación al acontecimiento a que se refieren sea respecto a las formas narrativas adoptadas; de la misma manera, los acontecimientos surgen en el cotidiano ya imbricados, en mayor o menor grado, a la acción de los *media*, siendo los periodistas los promotores de eventos, especialmente para sus públicos. Y es por ello que un acontecimiento no se constituye como algo puntual y efímero, siendo producido, entonces, como hecho noticioso, exactamente por la acción de los periodistas, al sabor de las especificidades de los vehículos y de los procesos de producción a los cuales se encuentran integrados. Además, los acontecimientos tanto se vinculan a los campos problemáticos de la vida social, o sea, a las tensiones histórico-sociales que definen una dada realidad cultural, como pueden, de acuerdo con su forma, instaurarlos. En ambos casos, los acontecimientos exigen producción de sentido, son espacio de exploración, interpretación, interacción y no contienen un “en sí”: ellos siempre surgen a alguien, son fundamentalmente relacionales, se constituyen, conforme QUÉRÉ (2005), a partir de un proceso de individuación marcado por la búsqueda de una inteligibilidad asentada en por lo menos cuatro etapas (QUÉRÉ, 1995): la elección de una descripción/nombramiento, la ordenación en una narrativa; la normalización que hace manifiesta su tipicidad y permite comparaciones; la recepción en el cuadro de una experiencia.

Por esa perspectiva, las dimensiones semióticas, discursivas y narrativas de las noticias y de los vehículos periodísticos revelan toda su fuerza. Ahora bien, al producir la noticia, el periodismo opera un conjunto de sistemas semióticos, adopta ciertos procedimientos discursivos y narrativos que no son meros instrumentos, sino elementos configuradores de acontecimientos. Esos elementos son parte del encuadre propuesto por los vehículos y sus noticias al mundo y a los lectores y son indicadores claros de la acción periodística como agente de la vida social. Los roles, las implicaciones y despliegues de esa acción, aunque en principio estandarizados, tienen, como cualquier acto de lenguaje, una dimensión performativa, vinculada tanto a la situación comunicativa como a la especificidad del texto puesto en escena. Eso quiere decir, entonces, que diferentes espacios de los vehículos periodísticos producen acontecimientos diferentes, pese a que tengan un mismo referente. Implica considerar, asimismo, los procesos de encadenamiento de esas construcciones puntuales, que se constituyen, entonces, en fragmentos de una textualidad diacrónicamente elaborada.

4. Acontecimiento y análisis de contenido: tramas

Podemos notar, así, que aquello que muchas veces es tomado por contenido en el análisis de noticias no es nada más que la descripción del momento de emergencia de los acontecimientos noticiosos. Es por esa perspectiva que la comprensión de la relación periodismo/acontecimiento esbozada abre, a nuestro ver, enfoques teórico-analíticos renovados para comprensión y usos del AC como recurso metodológico. Como observa BAUER (2008), el análisis de contenido no consigue trabajar las sutilezas de un texto cualquiera, pero opera con alguna potencia al tratar de observar el acontecimiento de acuerdo con parámetros, como es propio en las investigaciones sobre valores noticiosos, en los estudios de *agenda-setting* y *en framing research*. En el caso de la comprensión de los criterios de noticiabilidad como una red de aprehensión de los eventos del mundo, el análisis de contenido necesita resaltar antes que nada el grado de identidad que los acontecimientos adquieren en el sistema periodístico. La perspectiva del *agenda-setting*, a su vez, llama la atención para “contenidos” que adquieren amplia visibilidad. El encuadre, por fin, se ofrece de manera provechosa para el AC por demandar, de manera basililar, la identificación del elemento central de la estructura de los mensajes.

No obstante, una vez que los acontecimiento se suceden en el cotidiano, de modo ininterrumpido, para una diversidad de individuos y actores sociales, ¿cómo podrían ser mensurados (valorados, elegidos y encuadrados) con exactitud? La pregunta es seguramente compleja y, por ello, implica, entre otros aspectos, el entendimiento, por parte del investigador, de lo que es acontecimiento y de las relaciones entre este y la noticia. En este sentido, es importante observar que cuando Traquina (2005) elige la infección por HIV como base de su investigación, él no elige exactamente un acontecimiento, pero un tema general al que se vinculan hallazgos médico-científicos, acciones de Estado y organizaciones de la sociedad civil, entre otros agentes -incluyendo los mediáticos- frente a los aspectos políticos, sociales, científicos, profilácticos, psicológicos, públicos, privados, contextuales etc. del fenómeno. La infección por HIV es tanto un acontecimiento como el generador de una diversidad de acontecimientos en diferentes, pero complementares, esferas de la vida social.

A partir de ese ejemplo, un acontecimiento deja de ser visto como algo efímero y puntual o tampoco como algo que tiene una naturaleza estable: sus temporalidades son imbricadas a los diversos procesos sociales a los cuales se vinculan. Una vez que el análisis de contenido está interesado por regularidades y recurrencias de la vida social manifiestas en cierto conjunto de textos, él, a la vez, parece alcanzar un acontecimiento temporalmente amplio -el Sida, por ejemplo- cuando registra acontecimientos aparentemente menores, de corta duración, “familias de acontecimientos”. O sea, el análisis de contenido acompaña, quizás sin querer, el acontecer de un acontecimiento a lo largo de su período de coleta. Una cuestión se impone, entonces: la temporalidad del propio análisis de contenido. Así, se resaltan algunas implicaciones no trabajadas en la metodología.

Dos de esas implicaciones pueden ser destacadas, en ese intento de comprender el rol del análisis de contenido para “decir” el acontecimiento. El proceso de describir/nombrar el acontecimiento y de identificar su carácter típico es nuclear para el

análisis de contenido, que, mientras busca “descubrir el significado”, reduce el acontecimiento y el texto noticioso a sus elementos esenciales. Hace parte de la dinámica interpretativa del AC la operación de “descomponer” el “contenido manifiesto” del acontecimiento en “unidades” para encuadrarlo. Nombrar, definir, resumir, evidenciar los asuntos, en resumen, criar “atajos” para el acceso al acontecimiento, todo eso recorre el conjunto de las estrategias que permiten comprender las operaciones de encuadre, elección temática y noticiabilidad. Nombrar, poner en categorías (“codificar”), es una de las operaciones fundamentales del AC, incluso para que se pueda afirmar como técnica que aspira una investigación sistemática (y, también cuantitativa, cuando imagina una correlación entre frecuencia y significado) del contenido manifiesto.

El otro principio dice de la necesidad de tipificar los “contenidos” de los acontecimientos. Esa operación se desarrolla por medio de la inscripción del acontecimiento en zonas temáticas y dominios socialmente reconocidos (RINGOOT, 2006). El análisis de contenido permitirá básicamente señalar y medir la presencia de determinados temas e ideas, que pueden ser bastante variados, en cierto *corpus*. En el análisis de contenido cuantitativo o cualitativo, se trata fuertemente de “disecar” ese *corpus*: detectar, clasificar, medir y comparar, produciendo categorías de aprehensión de los fenómenos representados en el material analizado. Identificar palabras clave, etiquetar el acontecimiento es la estrategia básica.

El proceso de categorización es clave para el AC, que estructura un sistema para clasificar elementos de un conjunto, por diferenciación y por reagrupamiento (BARDIN, 1977: 117). El “contenido” significa así una identificación de los temas o ideas que el *corpus* contiene. En el caso de una apropiación del acontecimiento, él actúa ofreciendo la red de análisis, los temas o sub-temas, o sea, “descubriendo” núcleos de sentido (BARDIN, 1977: 105). La caracterización temática de los enunciados se muestra como una manera de construir las “familias de acontecimientos”. Si el nombramiento del acontecimiento es uno de los gestos que le aseguran existencia, una condición es poner el acontecimiento en un espacio temático, en un determinado dominio público y del saber, en un sector de la vida social (CHARAUDEAU, 2008). Se trata, por lo tanto, de identificar el horizonte de referencia temática de los enunciados mediáticos, promoviendo una caracterización de asuntos que puedan identificar los “contenidos”.

La dificultad del análisis del contenido no nos parece, entonces, asociado intrínsecamente al objetivo de producir clasificaciones temáticas. Es, sin duda, una modalidad de aproximación y reconocimiento de los acontecimientos que permite un contacto analíticamente importante. Sin embargo, es menester reconocer que, en AC, se producen etiquetas que operan como vestigios del acontecimiento de una manera a ablandar parte de su diversidad, para un agrupamiento coherente de datos cuantitativamente voluminosos. En AC, la investigación se da a partir de unidades definidas por ella misma. La coherencia ya debe estar en el inicio: se establecen las unidades de ese “todo” del acontecimiento y hay una modelización, una formalización que ofrece el lugar para los “vestigios producidos”.

El AC puede funcionar, por lo tanto, si admite que produce y multiplica indicios. La cuestión es cómo no hacer de esos vestigios “ruinas” del acontecimiento y, del análisis, una forma de autopsia. Pues bien, diferentemente de un procedimiento indi-

ciario, en lo cual se busca, a partir de datos aparentemente de poca relevancia, remontar a una realidad compleja no experimentable directamente (GINZBURG, 1990), el análisis de contenido precia un “rigor metodológico” en que sus “instrumentos de precisión” se aplican en enunciados que representan acontecimientos. Es importante destacar, en ese sentido, que el AC también suscita reflexiones que, relativizando tradiciones y el peso cuantitativista, destacan exactamente enfoques que precian la naturaleza distintiva de los casos, las estructuras latentes de sentido, el contexto como componente del texto y hasta las cosas que no aparecen en el texto (KOHLBACHER, 2005).

El nombramiento y la tematización son, así, procedimientos del análisis de contenido que señalan posibilidades de estudio del acontecimiento y abren posibilidades para acoger tales técnicas superando una visión reduccionista del propio AC. Pero, para ello, ambas perspectivas deben ser pensadas de manera a no ignorar, sino incorporar, la dimensión contextual que permite la interpretación de los enunciados, en nuestro caso, noticias indicando acontecimientos. Seguramente, la relación de las noticias con los contextos no es algo simple: las noticias no son sólo espacios de manifestación de tensiones o matrices socioculturales, son lugares donde estas se transforman, adquiriendo nuevos colores y matices. La especificidad de los procesos de producción es decisiva en esa matización, tanto en su dimensión más general como en aquellas más peculiares, implicando, por ejemplo, los modos como este o aquel vehículo se diferencia, se constituye y se relaciona con sus interlocutores. Además, sería preciso alcanzar los procesos más amplios de lo que se podría llamar de “sistema mediático”, que implica aspectos tanto de coherencia como de distensión. En medio a ese enmarañado complejo, es importante destacar que, si los acontecimientos son espacio para experiencias temporales diversas, los medios también lo son. Un periódico impreso, por ejemplo, se presenta tanto como un ejemplar único como tiene una existencia serializada: él existe para morir y continuar a cada edición. Las noticias, a su vez, obedecen a regímenes de temporalidad bastante diversos, variando tanto en los procesos de producción como en función de las secciones temáticas de los medios y de las articulaciones que pueden ser establecidas entre ellas.

La complejidad de las relaciones entre periodismo y acontecimiento genera un desafío aun mayor para el análisis de contenido, que frecuentemente tiende a ignorar o disminuir la especificidad de los textos que recolecta y a simplificar la propia temporalidad y el contexto en que se da el proceso de investigación. Además, al buscar recurrencias y regularidades, el análisis de contenido no sólo tiene dificultad para aprehender los silencios y no dichos como puede dejar escapar las transformaciones por las cuales pasan medios, acontecimientos, públicos y agentes sociales. Es como si la estabilidad del mensaje se transfiriera para las relaciones contextuales enfocadas.

5. Una aproximación: portadas de revistas en análisis

Una rápida observación, a título de ejemplo, de los acontecimientos en las *newmagazines* semanales es reveladora de las tensiones, contradicciones y límites aquí señalados. En general, esas revistas traen, en su portada, grandes imágenes, acompañadas de titulares condensados y llamativos. La combinación de imágenes, recursos gráficos y

de texto verbal produce lo que tales vehículos entienden como el principal acontecimiento de la semana. En la tapa, el acontecimiento es construido con una fuerza visual tamaña, capaz, en principio, de atraer la mirada del lector, presentarle una síntesis de lo que es la noticia y hacerle abrir la revista. Ni siempre esa tapa tiene la narratividad del acontecimiento desarrollada, una vez que constituye un gesto de condensación informativa y emocional. En el interior de la revista, no obstante, las relaciones se alteran significativamente. Allí, aquello que fue blanco de construcción en la tapa tiene claramente una configuración narrativa, se despliega en pequeños acontecimientos, en agentes, espacios, personajes; en resumen, se temporaliza. Aunque traten aparentemente del mismo “hecho”, portada y noticia indican y construyen acontecimientos distintos, por la fuerza de sus elementos semióticos.

Cuando es impactado por la portada y cuando lee la noticia, en el interior de la *newsmagazine*, un lector puede tanto encontrar elementos de coherencia como de discrepancia, sea en relación al encuadre, a las jerarquizaciones etc. La distancia entre el acontecimiento-portada y el acontecimiento-noticia es inevitable y desafiadora a los productores de las revistas, pues, a pesar de los mecanismos de articulación entre el uno y el otro, ellos dependen de la actualización realizada por el lector. Éste, en último análisis, puede afianzar las relaciones propuestas, produciendo, entonces, narrativamente, una especie de “acontecimiento-síntesis” o, al contrario, rehusar, de diferentes maneras, esas articulaciones, a punto inclusive de sentirse traicionado por la portada y por la revista. Lo mismo ocurre, seguramente, en los demás vehículos, en que la primera página, la *homepage* del portal en la web o la apertura de un programa periodístico en radio o en TV, presentan acontecimientos que hacen una dupla remisión: al acontecimiento del mundo y al acontecimiento construido en los bloques o secciones internas.

En el desarrollo de este ejemplo, es necesario un recorte temporal (mes de octubre del 2010, período entre el primero y el segundo turno de las elecciones presidenciales) y espacial (Brasil) para proponer un campo de análisis, en el cual elegiremos una semana (ediciones con las fechas de 11 a 13 de octubre de 2010). Asimismo, optamos por analizar estrictamente las portadas de las cuatro *newsmagazines* brasileras más importantes: *Veja*, *IstoÉ*, *Época* e *CartaCapital*. Al proponerse a seducir el lector, cada publicación hace una escenificación tanto con la información que ha seleccionado para propagar en aquella semana como con su propia notoriedad y con su título, que ordena (*Veja*: “vea” en castellano), explica (*IstoÉ*: “esto es” en castellano), temporaliza (*Época*) o se define como texto primordial (*Carta Capital*). Tomadas como dispositivos de comunicación, las portadas articulan, por lo tanto, una forma específica de manifestación material de los discursos y los textos; un proceso de producción de significación; una manera de modelar y ordenar los procesos de interacción y un procedimiento de transmisión y difusión de materiales significantes (ANTUNES; VAZ, 2006).

En el momento que hicimos el acompañamiento de las cuatro portadas de revista, afloraban boatos sobre el posicionamiento de la candidata Dilma Roussef a favor o en contra del aborto. En aquella semana, los quioscos de revista exponían las cuatro portadas donde se podía leer:

Veja: Dilma Roussef se contradice en una tapa roja y negra. Dos fotografías de la cara de la candidata en perfil fueron dispuestas como en un naipe de baraja, de cabeza arriba y cabeza abajo. Las fotos recibieron un tratamiento gráfico con retícula gruesa, como ilustraciones impresas en clichés tipográficos, relacionando la ilustración con periódicos antiguos, impresa indeleble a que se puede aludir para reavivar la memoria. Dos textos fueron estampados, correspondientes a bocadillos de historietas. En la foto de cabeza arriba, la candidata dice “Creo que tiene que haber la descriminalización del aborto. Me parece un absurdo que no sea así/Dilma Roussef, en 4 de octubre del 2007”. Junto a la foto de cabeza abajo, en el bocadillo la candidata dice “Yo personalmente, soy contra. No creo que haya una mujer que no considere el aborto una violencia/ Dilma Roussef, en 29 de septiembre de 2010”.

IstoÉ: “La fuente de la salud”, es lo que dice el titular de la revista sobre una fotografía de una mujer embarazada, desnuda, de perfil, irradiando luz a partir de su barriga.

Época: habla de una época de elecciones enlazada a una época ancestral, recurriendo a un detalle del fresco de la Capilla Sixtina donde el Dios figurado por Miguel Ángel señala a la tecla “Confirma” de la urna electrónica de votación con el dedo en ristre.

CartaCapital: sintetiza el embrollo político-religioso que dominaba el país en aquella semana al presentar el titular “Aborto y oportunismo electoral” sobre la ilustración de un feto iluminado sobre fondo oscuro rodeados por cadenas de ADN.

La disposición de esas cuatro revistas en el quiosco puede ser alterado 24 veces, permitiendo la construcción de, por lo menos, 24 diferentes textos continuados, pasando por diferentes órdenes. A continuación, un ejemplo de otro ordenamiento posible de los vehículos:

CartaCapital diagnostica “Aborto y oportunismo electoral” con la foto del feto *Época* dice que “Dios ha entrado en la elección” donde, el mismo Dios es flagrado en la Capilla Sixtina señalando a la urna de votación electrónica brasileña *IstoÉ* (un hijo en la barriga de una mujer) “La fuente de la salud” *Vea (Veja)* como la candidata Dilma dijo una cosa en el 2007 y dice otra hoy”.

Es desnecesario hacer las otras 22 combinaciones posibles que propiciaron diferentes lecturas en todos los quioscos revisteros de Brasil en aquella semana. Los dos ejemplos citados son suficientes para notar las evidencias de los diferentes sentidos que van tomando el texto -en su nivel macro- construido por el lector a partir de las cuatro portadas yuxtapuestas. Se trata de acción banal realizada semanalmente en todo Brasil y en cualquier país donde haya un quiosco de revistas. Las variadas construcciones que provocan aprehensiones distintas de los acontecimientos en una misma semana -en este movimiento sincrónico- serán extremadamente enriquecidas si se hace otro movimiento, el diacrónico, considerando el cambio semanal de esas portadas expuestas en sus puntos de venta. Así, lo que este campo de análisis de las revistas de información sugiere es que el análisis de contenido, como perspectiva metodológica, demanda la articulación de dimensiones del dispositivo y de las narrativas. La revista es un conjunto articulado, una totalidad de significación que agencia diferentes materias significantes (layout, textos, fotografías etc.) y recorridos interpretativos que permiten la caracterización de los cuadros de sentido que ahí emergen. Los sentidos están en las relaciones que pueden ser observadas y no en los textos en sí.

La perspectiva metodológica busca entonces abarcar un recorte empírico y un trabajo analítico cuyo movimiento de aprehensión incide sobre la materialidad simbólica de las revistas y en la forma como en ellas están presentes las instancias de producción y recepción. Del punto de vista del AC, sería preciso, inicialmente, realizar un análisis temático (“familias de acontecimientos”) de las publicaciones y, por medio de la identificación de recurrencias, caracterizar la estructura de composición de los elementos textuales y peritextuales, asumiendo, de esa manera, que las revistas, como enunciados mediáticos, son el producto heterogéneo y complejo de la interrelación entre diferentes planos de estructuración (ADAM, 1999). Sería necesario, entonces, proceder a una observación de las publicaciones en su articulación como personalidades editoriales, a la identificación de su horizonte de referencia temático, no sólo el de naturaleza verbal, pero también aquel articulado en otras materias significantes, y, de la misma forma, “etiquetar” modos de ver, leer y reconstruir sentidos que escapan a los acontecimientos estudiados sólo en la propia materialidad de las revistas. Los acontecimientos como contenidos tendrían que ser considerados en una red interdiscursiva.

6. Combinaciones: el análisis de contenido como metodología a ser complementada

La reflexión hasta aquí desarrollada señala claramente que el análisis de contenido puede tener gran provecho para el estudio y la aprehensión de los acontecimientos periodísticos, pero no de manera autónoma y en los cuadros de comprensión de una “metodología científica” tradicional y positivista. La idea de una complementación de la metodología aparece como un principio de análisis para superar limitaciones y aprovechar las posibilidades del AC. La perspectiva se encuadraría en el alcance de la renovación reivindicada por JENSEN (2002), de superación de una persistente dicotomía en la investigación en comunicación entre enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos. Hasta entonces, las técnicas de AC estarían puestas, como perspectiva metodológica, en el campo de la identificación de las recurrencias, de las mediciones y del enfoque en el producto comunicativo, diversamente de otras estrategias basadas en la caracterización de las ocurrencias, de la explicación y de la mirada dirigida para el proceso comunicacional. Al caracterizar seis instancias para realización del estudio empírico (dimensiones del objeto empírico, del método de coleta de datos; del método de análisis de datos; de la metodología, del referencial teórico; del horizonte epistemológico), JENSEN indica que es en el nivel propiamente teórico y no en el metodológico que la dicotomía se presenta.

En los diferentes ámbitos y en las diferentes técnicas, la articulación en el dominio empírico es posible y deseable para la investigación en comunicación. Muchos enfoques actualmente adoptados serían compatibles con el análisis de contenido, funcionando de manera combinada para abarcar aspectos depreciados o fuera del alcance del AC (el no dicho, contexto etc.), así como formas de comunicación no verbales. De esa manera, las deficiencias del análisis de contenido (y de otros métodos) serían contrabalanceadas por técnicas complementares. Sin embargo, ¿qué combinación es esa y de qué manera se la debe realizar? Las críticas hechas hasta aquí al análisis de con-

tenido señalan algunas actitudes: abandonar la perspectiva de que las técnicas de investigación aseguran rigor; no imaginar reglas que tengan aplicación universal; admitir que las propias cosas señalan métodos y sugieren categorías por inventar para su aprehensión.

En el caso específico de nuestra reflexión, la combinación de procedimientos admitiría que el estudio del acontecimiento podría ser realizado tomando el análisis de contenido como instrumento para una primera organización de la observación de campo, identificando dimensiones del acontecimiento no perceptibles a una visión espontánea y no estructurada. Por medio de rápidas incursiones o ensayos, el AC permitiría una organización inicial de la observación y una primera descripción del fenómeno. Ese procedimiento ayuda, en un primer momento, a verificar la pertinencia de las técnicas de recolección para la adecuada comprensión del acontecimiento a la luz de la problematización propuesta. En seguida, el análisis de contenido pide una complementación para que la gran diversidad de formas expresivas de la comunicación pueda merecer un enfoque como fenómeno de lenguaje. El mapa del AC señalaría dimensionamientos para que la gran diversidad formal -la combinación de diferentes códigos semióticos- pueda ser considerada en la estructuración del estudio (articulación en diferentes niveles y dimensiones: contenido proposicional, dimensión discursiva, características materiales etc.). Finalmente, en lo que hace a los procedimientos de análisis (contextual, morfológico, del discurso, de la conversación, del encuadre, de la argumentación, de género etc.), el AC aparecería como complementario, ofreciendo huellas para una mejor construcción del cuadro teórico-metodológico.

7. Referencias bibliográficas

- ADAM, Jean-Michel (1999): *Linguistique Textuelle: Des genres de discours aux textes*. Paris, Nathan.
- ANTUNES, Elton y VAZ, Paulo Bernardo (2006): "Mídia: um aro, um halo e um elo". En: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.): *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte, Autêntica, pp.43-60.
- BARDIN, Laurence (1977): *Análise de conteúdo*. [Traducción de L'analyse de contenu: Reto, L. A. y Pinheiro, A.]. Lisboa, Edições 70.
- BARTHES, Roland (1974): *O Prazer do Texto*. Lisboa, Edições 70.
- BAUER, Martin (2008): "Análise de conteúdo clássica: uma revisão". En: M. BAUER; G. GASKELL (eds.): *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 7ª ed. Petrópolis, Vozes, pp.189-217.
- CASSETTI, Francesco; CHIO, Federico di (1999): *Análisis de la televisión*. Barcelona, Paidós, 384 p.
- CHARAUDEAU, Patrick (2008): *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo, Contexto.
- DUARTE, Elizabeth Bastos (2000): "Reflexões midiáticas: o texto televisivo". En: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), 2000.

- Disponível em Web: www.eca.usp.br/alaic/chile2000/11%20GT%202000Discurso%20e%20Comunic/. [Consulta: 20 enero 2007].
- GIBBS, Graham R. (2009): *Análise de dados qualitativos*. Porto Alegre, Artmed.
- GINZBURG, Carlo (1990): *Mitos, Emblemas e Sinais*. São Paulo, Cia. das Letras, pp. 143-179
- HERSCOVITZ, Heloisa (2007): “Análise de Conteúdo em Jornalismo”. En: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia: *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis, Vozes.
- JENSEN, Klaus Bruhn (2002): *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London, Routledge.
- KOHLBACHER, Florian (2006): “The Use of Qualitative Content Analysis in Case Study Research”. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum, Qualitative Social Research*, North America, 7, jan. Disponível em Web: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/75/154>. [Consulta: 15 diciembre 2010].
- MOUILLAUD, Maurice; TÉTU, Jean François (1989): *Le journal quotidien*. Lyon, Presses Universitaires de Lyon.
- OLSON, David R (1994): *O mundo no papel: as implicações conceituais e cognitivas da leitura e da escrita*. São Paulo, Ática.
- QUÉRÉ, L (1995): “L’espace public comme forme et comme événement”. En: JOSEPH, I. (Org.). *Prendre place*. Paris, Ed. Recherches, pp.93-110.
- QUÉRÉ, L (2005): “Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento”. *Trajectos*. Lisboa, Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa, n.6, pp. 59-76
- REBELO, J. (2005): “Apresentação”. *Trajectos*. Lisboa, Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa, nº 6, pp.55-58
- RINGOOT, Roselyne (2006): “Por que e como analisar o discurso no contexto dos estudos sobre jornalismo?” *Comunicação e Espaço Público*, Ano IX, n.º 1 e 2.
- ROCHA, Simone Maria (2008): “Análise de conteúdo articulada à análise de gênero televisivo: proposta metodológica para interpretação das representações nas narrativas mediáticas”. *Revista Fronteira (UNISINOS)*, v. 2008/1, pp. 121-134.
- ROSE, Diana (2008): “A análise das imagens em movimento”. M. BAUER; G. GASKELL (eds.): *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 7ª ed. Petrópolis, Vozes, pp. 343-364.