

ANÁLISIS DE LOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN CON CONTENIDO POLÍTICO  
DE LA REVISTA SEMANA EDICIÓN WEB

CAROLINA DUQUE PINO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
MEDELLÍN – COLOMBIA  
2019



ANÁLISIS DE LOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN CON CONTENIDO POLÍTICO  
DE LA REVISTA SEMANA EDICIÓN WEB

CAROLINA DUQUE PINO


Trabajo de grado para optar al título de comunicadora social

Asesora

Nélida María Montoya Ramírez

Magíster en Educación y Desarrollo Humano

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
MEDELLÍN – COLOMBIA  
2019



PÁGINA DE ACEPTACIÓN

---

Jurado

---

Jurado

---

Director

---

Medellín, 27 de mayo de 2019

## DEDICATORIA

Gracias a Dios por darme la oportunidad de continuar acá dando la pelea, por su amor y misericordia conmigo y mi familia, por permitirme este regalo de ser al fin profesional.

Este trabajo de grado va dedicado a mis padres, ellos son mi inspiración, mi polo a tierra, mi mayor motivo de lucha y perseverancia. Les debo no sólo la vida, sino lo que soy, mis valores, mi motivación a intentar ser siempre mejor. Sé que no fue fácil para ellos esperar más del tiempo promedio, soportar todas las preguntas inoportunas de la gente mientras a mí me decían: “tranquila hija, sigue adelante... ¿tiene mucho trabajo?, descanse, coma bien, no te olvides de Dios, hable si necesita ayuda, aquí estamos para ti”. Les dedico no solo este pequeño pedacito de mi carrera, evidencia de un gran esfuerzo (con errores y cosas por continuar mejorando) sino todo lo que me he propuesto lograr.

También le dedico este trabajo a la mayor parte de los docentes que acompañaron mi proceso de pregrado (no todos), especialmente a quienes menciono en los agradecimientos y muchos otros que me faltaría mencionar y que hicieron parte de mi carrera, gracias a ellos por guiar, instruir, por ser seres dotados de paciencia y entrega, por hacer con tanto amor esta profesión tan hermosa y admirable.

## AGRADECIMIENTOS

Primero, agradezco a Dios por darme la oportunidad de culminar mi proceso educándome como profesional en este largo camino. Agradezco a mis padres, por continuar ahí creyendo en mí a pesar del tiempo y todas las dificultades presentadas.

Agradezco sinceramente el acompañamiento de todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración de mi trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: Juan Diego Medina, docente del programa de Publicidad; tuve el honor de que me enseñara esta asignatura, fui afortunada por haber quedado en su grupo gracias a “un error en el sistema”, gracias sinceras profesor porque en ese momento fue usted el único que sin saberlo no hizo más difícil mi camino, sino que por el contrario, con muchísima paciencia, amor y ese particular humor me guió y me animó a seguir en el proceso de investigación cuando yo solo quería abandonar. Aprendí tanto de usted, su vocación como docente, su forma clara de hablar y compartir el conocimiento me fueron de mucha ayuda.
- VIII - Semiótica de la Educomunicación: Carolina Echavarría Osorio, gracias por su comprensión, por creer que haría las cosas bien, a pesar de las exigencias y esa forma dura y directa de ser en clases que a veces daba miedo, debo agradecerle toda la formación y sobre todo su paciencia y confianza porque de otro modo no me habría sido posible lograrlo en este momento.
- IX – Etnografía de la Comunicación – Educación: Astrid Helena Arregocés, su paciencia, dedicación y amor por explicar y comprender ciertas situaciones es de admirar, se nota la vocación por lo que hace; debe ser aburrido verme en repetidas ocasiones intentándolo (risas), gracias por todo el conocimiento compartido y la paciencia que ha tenido con mi proceso.

- X – Comunicación, Educación y Ciudad: Nélida Montoya Ramírez, la temida profe de trabajo de grado (debo decir que llegué pre-dispuesta). Gracias, por el conocimiento, por compartir esa vocación que tiene por la investigación y la docencia, gracias por su forma clara y directa de ser aunque a veces parezca un poco dura, reconozco que la exigencia fue necesaria para sacar este proceso adelante y de una forma digna. Muchas gracias por toda la paciencia.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1</b>	<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>11</b>
1.1	JUSTIFICACIÓN.....	11
1.2	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
1.3	FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA .....	13
1.4	OBJETIVOS.....	14
1.4.1	<i>General</i> .....	14
1.4.2	<i>Específicos</i> .....	14
<b>2</b>	<b>REFERENTE CONCEPTUAL .....</b>	<b>15</b>
2.1	ANTECEDENTES.....	15
2.1.1	<i>Los beneficios de la tecnología en la educación.....</i>	15
2.1.2	<i>Internacionales</i> .....	19
2.2	MARCO TEÓRICO.....	22
2.2.1	<i>Comunicación</i> .....	22
2.3	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN .....	23
2.3.1	<i>Teoría estructural funcionalista</i> .....	23
2.3.2	<i>Teoría crítica</i> .....	24
2.3.3	<i>Teoría de los efectos</i> .....	25
2.3.4	<i>Teoría del conductismo o de efectos limitados</i> .....	26
2.3.5	<i>Teoría de la agenda - setting</i> .....	27
2.3.6	<i>Teoría de la aguja hipodérmica</i> .....	28
2.3.7	<i>Sociología positivista</i> .....	28
2.4	MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	29
2.5	LA REVISTA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN .....	30
2.6	LA REVISTA ONLINE .....	32
2.7	LA NOTICIA.....	33
2.7.1	<i>El discurso noticioso</i> .....	35
2.7.2	<i>La noticia de impacto</i> .....	35

2.8	LA POLÍTICA EN COLOMBIA .....	36
2.8.1	<i>El discurso político en Colombia</i> .....	38
<b>3</b>	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>40</b>
3.1	PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	40
3.2	DELIMITACIÓN .....	41
3.2.1	<i>Sujeto u objeto de investigación (sólo uno de los dos según el tipo de investigación)</i> .....	41
3.2.2	<i>Tiempo y escenario</i> .....	41
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	42
3.4	HIPOTESIS.....	43
3.5	VARIABLES .....	44
3.5.1	<i>Dependiente</i> .....	44
3.5.2	<i>Independiente</i> .....	44
3.5.3	<i>Operacionalización de variables</i> .....	45
3.6	TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	47
3.7	TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN .....	49
3.8	MUESTREO .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
3.9	PLAN DE TRABAJO .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>4</b>	<b>SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....</b>	<b>52</b>
4.1	ANÁLISIS CATEGORIAL .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>6</b>	<b>PRODUCTO.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>

## 7. BIBLIOGRAFÍA

## FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

**Título del proyecto de investigación:** Análisis de los artículos de opinión con contenido político de la revista Semana edición web entre los meses Junio y Noviembre del año 2018.

**Línea de Investigación:** Comunicación y educación.

**Sublínea:** Comunicación, educación y medios.

**Facultad:** Comunicación, publicidad y diseño.

**Programa Académico:** Comunicación social.

**Palabras clave:** Medios, opinión, política, comunicación de masas, análisis, argumentos, gobierno, nuevas tecnologías.

### **RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:**

La revista semana es la principal revista de análisis político en Colombia, es un medio de comunicación con espacios On line y off line. El tema abordado en la presente permite ver el contenido político que manejan los artículos de opinión de su edición Web evidenciando a través de la información recolectada, la forma de presentar sus artículos, las líneas editoriales y como resultado adicional de la investigación, que tanta incidencia podrían tener estos en el desarrollo de la política.

La información política que emite la página web de la revista Semana genera opinión, invita al análisis, alimenta la ideología del lector y motiva la discusión.

Se pudo identificar que estas noticias pueden servir de material para una autoevaluación de la gestión de los protagonistas de la política y una pequeña forma de expresar el sentir de la ciudadanía frente a las funciones de sus gobernantes.

## **1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

A continuación se desarrolla el planteamiento del problema motivo de la presente investigación. Mediante el cual se va a realizar un análisis de los artículos de opinión y el contenido político de la Revista Semana edición Web.

### **1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD**

Es una realidad que las nuevas formas de comunicación han permitido la diversificación del mensaje, en cuanto han permitido que la información se divulgue a través de diferentes medios. Es aquí donde cobra importancia el problema de investigación que se abordará a través del presente estudio. A esta situación, no es ajena la política, pues es un hecho que la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la actividad política de un país como Colombia es real, y más aún si se tiene en cuenta que estamos ante un país democrático y con un concepto de libertad de prensa que hasta ahora ha sido respetado.

Según, (Paramio, 2009). Citado por (Castromil, (s.f)

La historia de la influencia social del periodismo tiene que ver con la historia de la consolidación y extensión de la democracia en cuanto sistema de gobierno diferente del denominado Antiguo Régimen (feudalismo). Pero tiene que ver también con la construcción del estado moderno (S. XVII), su fusión con el concepto de nación en el siglo XIX y, ya en el siglo pasado, la incorporación de las clases trabajadoras y la resolución de la “cuestión social” con la construcción del estado del bienestar (Paramio, 2009).

Ahora bien, si se trata de evaluar el papel de los medios de comunicación en la actualidad, valga decir que su labor está lo suficientemente ligada al pasado, presente y futuro del desarrollo político del país. Y así lo afirma (Castromil, (s.f)

En las democracias actuales los medios de comunicación desempeñan una función crucial: La dispensa de información sobre el mundo de la política, de modo que los ciudadanos puedan hacerse una idea de los temas de debate, las diferentes opciones partidistas disponibles y su postura ante tales temas. (p. 1)

Hay que decir entonces que los medios de comunicación independiente que sean offline u on line “desempeñan la importante labor de suministrar información sobre las actividades, propuestas y acciones de los representantes” (Castromil, 2010, p.5). Ellos son los encargados de mediar (de ahí su nombre) entre la ciudadanía y las diferentes instituciones de la políticas y en especial cuando se está ante una democracia representativa. “De la existencia de un sistema de medios plural y diversificado dependerá entonces la calidad del sistema democrático porque serán ellos los que permitirán el surgimiento de la opinión pública” (Castromil, 2010, p. 5), entendida como un grupo de personas que en atención a su libertad como derecho, opinan libremente sobre los asuntos públicos.

La revista semana es la principal revista de análisis político de Colombia, es un medio de comunicación con espacios On line y off line, se ha consolidado como el principal medio de opinión en Colombia, su edición es semanal y circula en todo el país. Cuenta con el sitio web ([www.semana.com](http://www.semana.com)), que además de los contenidos de la revista impresa, cubre en tiempo real los principales procesos políticos y sociales del país.

Es de anotar que se ha caracterizado por ser un medio independiente y liberal de alta credibilidad. Ha publicado investigaciones periodísticas que han desatado fuertes escándalos en la vida política del país. Realizó fuertes críticas al gobierno del ex-presidente y actual senador Álvaro Uribe Vélez. Cuenta con algunos de los columnistas más reconocidos del país, entre los que se encuentran Antonio Caballero, Daniel Coronell, María Jimena Duzán, Daniel Samper Ospina. \*Desde su creación en 1982

ha tenido tres directores: Mauricio Vargas (1983-1997), Isaac Lee (1997-2000) y Alejandro Santos Rubino (2000 – Actual).

## 1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Como dato significativo, resulta indiscutible que la influencia política y económica de su dueño, Felipe López Caballero, y su director, Alejandro Santos Rubino, tiene peso en el acceso a información del medio. La Revista tiene concesionado un espacio televisivo en el canal Cable Noticias denominado Debates Semana, en donde se abordan temas de actualidad política. Se transmite los jueves y viernes.

Por lo tanto, el tema abordado en la presente investigación es un insumo muy significativo para presentes y futuras investigaciones alrededor del tema del contenido político que manejan los artículos de opinión de la Revista Semana edición Web permitiendo a través de la información recolectada para su análisis evidenciar que tanta incidencia tienen estos medios de comunicación en el desarrollo de la política.

Cabe entonces preguntarse para abordar el tema objeto de investigación: ¿Cuál es la intención de los artículos de opinión con contenido político de la revista Semana edición web entre los meses de junio a noviembre de 2018?

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 General**

Analizar el contenido político de la revista Semana edición web entre los meses de junio a noviembre del año 2018.

#### **1.3.2 Específicos**

- Determinar los tipos de argumentos que demuestran los autores en sus artículos.
- Categorizar las diferentes posturas o tesis principales y comunes que evidencian los periodistas.
- Identificar que contenidos muestran afinidad con temas planteados por el gobierno públicamente en los días siguientes a la publicación.

## 2 MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

### 2.1 ANTECEDENTES

#### 2.1.1 Los beneficios de la tecnología en la educación.

En su artículo de opinión García (2015) hace referencia a la influencia que ha desarrollado en los adolescentes la información y las comunicaciones, demostrando la gran utilidad que tienen estos medios para que esta población se acerque con mayor más rápidamente a la información.

Según Garcia (2015)

Hoy en día los adolescentes son nativos digitales, incorporar la tecnología a la educación aporta una serie de beneficios que ayudan a mejorar la eficiencia y la productividad en el aula, así como a aumentar el interés de los niños y adolescentes en las actividades académicas. El Internet y el acceso a dispositivos móviles cada vez más intuitivos y con precios asequibles han supuesto un cambio mundial en cuanto al uso de la tecnología. Ese cambio también se evidencia en el ámbito de la educación, en el que cada vez más cosas se hacen aprovechando la red y sus posibilidades, tanto en el aula de clases como fuera de ella. (p. 1)

Es de anotar que “una de las ventajas del uso de la tecnología en la educación es su flexibilidad y capacidad de adaptación de cara a que los estudiantes puedan seguir ritmos distintos en su aprendizaje” (Semana.com, 2017). Los estudiantes más aventajados pueden tener a su disposición contenidos adicionales y aquellos que necesiten un refuerzo, pueden recurrir a materiales de apoyo para reforzar aquello que aprenden en clases. Evidenciándose así la gran facilidad que se tiene cuando se cuenta con estos medios en el ámbito educativo.

Con relación a las redes sociales y su incidencia en el desarrollo político en Colombia. El periódico El Colombiano publica el día 5 de febrero de 2018 un artículo de Oscar Andrés Sánchez A. titulado Redes sociales “nuevas reinas” de la política colombiana.

Sánchez (2018) comienza su artículo diciendo:

No es que la política en Colombia haya abandonado las calles y las plazas, escenarios de los movimientos sociales desde los años 20 del siglo pasado. O que haya prescindido de la prensa, su trinchera desde el siglo XIX, o de la radio y la televisión, sus instrumentos de resonancia.

Es solo que hoy todos los hechos políticos, los mismos de ayer pero con otros protagonistas, tienen mayor efecto si surgen, circulan, se replican, reproducen o viralizan a través de las redes sociales. A esta tendencia los expertos la bautizaron Política 2.0, desde la primera campaña de Barack Obama, en 2008.

Es aquí pues, en donde comienzan las redes sociales a cobrar protagonismo, el mismo que hasta el momento se ha mantenido y que cada vez se fortalece, como medio de información y de difusión de los hechos políticos más relevantes en el país. Sumado a esta situación se da también la posibilidad de que las redes sociales sirvan de canal para que los ciudadanos de a pie se pronuncien frente a lo que para ellos es considerado la forma de hacer política y la manera como la libre opinión le rinde homenaje a la democracia como sistema que permite la participación política.

“El éxito de esta estrategia se extendió a Europa y luego a América Latina. En Colombia, las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) cobraron protagonismo en la política a partir de las presidenciales de 2010” Sánchez (2018).

Juan Manuel Santos utilizó la imagen de su antecesor, Álvaro Uribe, pero su rival en dicha campaña, Antanas Mockus, ayudado de voluntarios, multiplicó tanto el mensaje de la denominada “ola verde”, que alcanzó a poner en duda la continuidad de las

políticas uribistas de Seguridad Democrática, prometidas por Santos. Al final, el día de la quema no se vio el humo. Sánchez (2018)

Y hace cuatro años se vivió un voto finish entre Óscar Iván Zuluaga y Juan Manuel Santos. Doña 'Mechas', la señora que en un video viral invitó a votar por 'juampa' y no por 'zurriaga', se impuso sobre 'la loca de las naranjas', como se popularizó la señora tendera que, en un comercial de la campaña uribista, se indignaba contra el Gobierno y arrojaba naranjas al piso. Sánchez (2018)

En la actual campaña presidencial, que inició de manera oficial el pasado sábado pero que, a falta de regulación, se desarrolla en la web desde el año pasado, con publicidad explícita, es la herramienta diaria de los 13 precandidatos presidenciales que quedan en la contienda y sus equipos de comunicaciones. (Sánchez, 2018)

Aunque de un origen más reciente, pero masivo en Colombia hace cuatro años, el WhatsApp se estrena en estas presidenciales como una herramienta efectiva para la difusión de información y la fidelización y/o persuasión de seguidores a través de las cadenas. (Sánchez, 2018).

De otro lado los investigadores Sergio Baquero, Reyes & León (2014); en su artículo de opinión Democracia y medios de comunicación en Colombia; se refiere a la utilidad de los medios de comunicación a nivel social:

De acuerdo con Baquero., et al, (2014)

Los medios de comunicación tienen la función social de garantizar un manejo de la información integral, imparcial y equilibrado en orden a crear en sus audiencias flujos de opinión pública suficientemente ilustrados que no sean usufructuados por actores y grupos de interés que distorsionen sus juicios autónomos, permitiendo así una cualificación democrática de la cultura política

colombiana que permita superar las tensiones que la inclinan a asumir posturas y salidas autoritarias de poder.

Con respecto a la información integral, imparcial y equilibrada, es a partir de estas funciones que los medios de comunicación comienzan a fortalecer su utilidad frente al desarrollo político de los países, que afortunadamente gozan de un concepto adecuado de libertad de expresión.

Rey & Huertas presentan un estudio titulado “El qué y el cómo de los nuevos medios,” hacen una introducción al respecto de la pertinencia de este estudio en la cual dicen:

Los medios digitales periodísticos en Colombia vienen protagonizando una explosión silenciosa. Cientos de nuevos canales de información son todo un acontecimiento en un país de 46 millones de habitantes donde en cualquier rincón se puede encontrar una buena historia, aunque muchas de ellas no trascienden a la agenda pública, en gran medida por la alta concentración en la propiedad de los medios de comunicación tradicionales. Conocer quiénes son los protagonistas de este singular big bang y comenzar a comprender cómo son sus dinámicas fue lo que motivó a los autores de este estudio.

Estos autores desarrollan un primer capítulo titulado Características y tendencias del periodismo digital en Colombia.

La variedad de los medios digitales es múltiple: mayoritariamente, las propuestas digitales son versiones migradas de la radio (144 medios); entre ellas, aparecen decenas de radios comunitarias que de forma muy básica cuelgan su señal en la web; luego, se encuentran 134 medios que son versiones digitales de medios impresos. En tercer lugar, con 88 propuestas identificadas, están los medios totalmente originales para la web. Finalmente,

aparecen 25 medios migrados de la televisión, una cifra muy baja si se tiene en cuenta la cantidad de canales que hay en las regiones y lo atractivas que son las propuestas de video en la web. Este dato quizá comprueba que los medios audiovisuales colombianos no han comprendido hasta qué punto se juegan su futuro en la forma como articulen los contenidos con su versión en el mundo digital.

Se trata entonces de un estudio que abarca el análisis de principio a fin de los medios de comunicación digitales, pioneros y más prestigiosos en el ámbito nacional, destacándose la manera de informar.

### **2.1.2 Internacionales**

Castromil (2010). En su artículo de opinión: La función política de los medios de comunicación de masas. Realiza un análisis acerca de:

La forma cómo influye la información mediática en la actividad democrática, con el propósito de realizar un repaso de las características del sistema democrático antes de la irrupción de los medios de comunicación (primitivo parlamentarismo) y del cambio que se produce con la irrupción de la sociedad de masas. Con los medios ya operando en las democracias representativas. (Pág. 1)

Así mismo en su Tesis doctoral (López, 2002) aborda el tema de los medios de comunicación de masas, trabajo que lleva como título “Comunicación Electoral y Formación de la Opinión Pública: las Elecciones Generales de 2000 en la Prensa Española”. Trabajo que desarrollo con el objetivo de analizar los contenidos de los medios de comunicación de masas.

Las teorías del impacto directo surgen en Estados Unidos como primera creación de una nueva ciencia, la Teoría de la Comunicación (Communication Research), en la década de los años 20. Desde el principio dos factores históricos van a interactuar poderosamente con las primeras realizaciones de la Teoría de la Comunicación. Por un lado, el auge de los totalitarismos de diverso signo, siempre apoyados en la propaganda política<sup>1</sup>; por otro, el desarrollo de la sociedad de masas, estrechamente ligada a los nuevos medios de comunicación (López, 2007), como la radio y el cine, cuyo poder fascina, en cierto sentido, a los investigadores. Ambos parámetros van a configurar un modelo fundamentalmente asimétrico, en el que todo el poder corresponde a los medios de comunicación, frente a los cuales la masa, conceptuada como una suma de individuos aislados, es incapaz de reaccionar y, por tanto, fácilmente manipulable. La experiencia histórica, en consecuencia, avalaba un modelo en el que la percepción que se tenía de la masa, por oposición al público ilustrado, no podía ser más negativa <sup>2</sup>. Robert Downe y John Hughes <sup>3</sup> sintetizan los parámetros fundamentales en que se mueven los teóricos de esta escuela:

Quienes creen que los medios de comunicación ejercen una influencia extraordinariamente poderosa en la penetración, formación y cambio de las ideas y opiniones de la gente, probablemente defiendan también, de una u otra forma, la idea de que la sociedad de masas está compuesta por individuos más o menos atomizados. Dentro de la sociedad de masas, la atenuación de las relaciones sociales primarias, bajo el impacto de la industrialización, ha tenido como consecuencia el que la población carezca de una sólida identidad individual o de grupo, y que, debido al resquebrajamiento de las costumbres, los hombres hayan perdido las normas tradicionales y se hayan convertido en utilizables y sujetos a la manipulación y la persuasión. (1999: 338)

En este orden de ideas, y retomando la posición de Gustave Le Bon o Gabriel Tarde, que hacen hincapié en el comportamiento irracional de las masas y su incapacidad para responder a los estímulos de forma mínimamente crítica, hay que

reconocer que los medios de comunicación en la actualidad están siendo muy persuasivos y así mismo tratan de manipular el comportamiento crítico de los individuos, imponiendo su opinión y limitando la capacidad crítica del receptor. Se trata de una teoría que elude el estudio de los efectos a largo plazo, ocupándose de las consecuencias concretas, e inmediatas, de los mensajes de los medios de comunicación sobre la masa indefensa.

Así mismo D Barredo Ibáñez, DJ de la Garza Montemayor, DL Días (2018), en su artículo de investigación en la Revista latina de Comunicación social; titulado

La relación entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política. Un estudio sobre los jóvenes universitarios en Colombia, realizado con el objetivo de Analizar la relación existente entre la participación política, el consumo de medios digitales y la eficacia política, en una población estratégica –como los jóvenes universitarios colombianos. Hacen referencia a la influencia de los medios digitales en la política a partir de la participación de los jóvenes y el consumo de medios digitales por cuenta de esta población, mediante “un estudio correlacional busca examinar la relación existente entre el consumo de medios, la participación política en línea y fuera de línea, así como el concepto de eficacia política” Barredo, et al. (2018)

...La participación política, en un contexto tan complejo como el colombiano, no puede entenderse sin describirse el sistema mediático del país, en tanto que dicho sistema se encarga de incentivar (o desincentivar) el empoderamiento de la ciudadanía, en conjunto con la fiscalización de los representantes institucionales, entre otras circunstancias. Así, la mayor parte de los ingresos y del impacto, en Colombia, están concentrados en grandes grupos o corporaciones; en 2010, por ejemplo, el 92,6% de los ingresos en el ámbito audiovisual iba a parar a dos canales televisivos –RCN Televisión y Caracol Televisión-, que asimismo copaban la mayor parte de la atención de las audiencias (Narváez, 2013). Sin

embargo, trabajos como el de Barredo & Díaz (2017) aseguran que los medios convencionales, en este país, poseen una irregular adaptación al ecosistema digital, restringiendo en gran medida el involucramiento de sus audiencias. ( p. 4-5)

Concluye este estudio que los jóvenes en Colombia mantienen un bajo consumo de medios tradicionales (de forma más notable la televisión), Pero esta baja confianza en los medios convencionales tampoco se traslada a los medios digitales. De otro lado en cuanto al interés en estudiar la relación entre participación política, consumo de medios digitales y la eficacia política, concluyen también que la correlación positiva que se tiene entre el consumo de medios digitales con la participación política tradicional puede demostrar que, entre mayor contacto tienen los estudiantes con la información que circula en estos medios, mayor podría ser su propensión a compartir contenidos en los medios sociales. Por consiguiente, la correlación positiva entre participación política y eficacia política indica que existe una relación entre la capacidad que considera el individuo de cambiar el estado de cosas con el que se enfrenta.

## **2.2 MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1 Comunicación**

Según Banrepcultural (2015). La comunicación se puede definir como La transferencia de información de un emisor a un receptor, asegurándose de que la información sea comprendida por el receptor. (pp. 1) Estos dos primeros conceptos, emisor y receptor, son, quizá, los más antiguos y los más utilizados en el mundo de la comunicación, pues son los dos elementos fundamentales para que se de un proceso comunicativo. “El emisor es quien transmite un mensaje” Ecured, (2018). y “el receptor es quien lo recibe” Ecured (2018), estas definiciones se pueden ampliar con un ejemplo práctico; en el ámbito educativo, podría ser una clase académica cualquiera: el profesor es emisor en el momento en el que está explicando algo, a la vez que los

alumnos son los receptores cuando escuchan lo que el profesor explica; ahora bien, cuando los alumnos preguntan o intervienen se convierten en emisores mientras que el profesor se convierte en receptor.

Según (Marcos, (2010)

La comunicación es un proceso y equivale a conducta, a comportamiento y a actitud. Por eso es siempre social. Sin embargo, nos interesa acotar la definición un poco más para nuestro trabajo, ya que este se centra en un tipo de comunicación en concreto, la de los medios de comunicación y los efectos que éstos producen en los individuos y en el conjunto de la sociedad.(p. 7)

## **2.3 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN**

Es pertinente para efectos de la investigación entrar a analizar las distintas teorías en torno a la comunicación.

### **2.3.1 Teoría estructural funcionalista**

La teoría estructural funcionalista fue desarrollada por Lasswell; ésta, al igual que casi todas las teorías de la comunicación, hablaba del poder de los medios de comunicación frente al público (frente a las masas). Esta teoría tenía como principio lograr la persuasión por medio de las siguientes preguntas: quién dice que, a través de qué medio, a quién y con qué efecto, preguntas que, en últimas, se referían, sobre todo, al poder político de los medios y al análisis de contenidos de lo que transmitían o emitían. (Banrepcultural, [en línea]

En ella se prestaba especial atención a la superficie de los discursos; es decir, a lo que la información podía lograr en un primer momento. En lo que se refiere a la función social de los medios, ésta consistía en supervisar y vigilar el entorno (o sea al gobierno, al Estado) y en transmitir la herencia social, función que debía ser cumplida

mediante la educación, así como con la organización y estructuración de los instrumentos sociales, lugar donde los medios de comunicación tenían una gran preponderancia. Por otro lado, esta teoría enunció la posibilidad inherente a los medios de crear rituales a medida que la información se fuera introduciendo en el público, así como la capacidad de éstos de generar temas de conversación sobre diferentes áreas y de definir la identidad de consumo del público en general. (Banrepcultural, 2018)

### **2.3.2 Teoría crítica**

La teoría crítica representa uno de los capítulos más importantes para la teoría sociológica del siglo XX. En lo que atañe al estudio del papel de los medios de comunicación, ésta también tomó como punto de partida a la teoría de los efectos, la cual decía que los medios de comunicación masiva tenían efectos sobre la sociedad sin que ésta pudiese impedir dichos efectos, más bien creía que, cuando se enviaba un mensaje, el público lo recibía y, sin discriminación alguna, se veía afectado por él. (Banrepcultural, 2018)

Por su parte Max Horkheimer citado por (Banrepcultural, 2018) el representante más notorio de esta escuela, pensaba que los efectos de un mensaje eran diferentes a la efectividad que éste podía tener sobre el público; es decir, pensaba que un medio podía emitir determinada información con la idea de lograr un efecto concreto, pero que dicho efecto podía no ser eficaz en términos de lo que se estaba pensando y deseando cuando se enviaba y que, por lo tanto, esto podía ser completamente negativo para la sociedad de masas.

De igual manera, tenía en cuenta el tiempo que se podía demorar un medio en crear un efecto, haciendo que, por primera vez, se hablase de los medios inmediatos, de los medios de mediano plazo y de los medios de largo plazo, de donde se colige

que los efectos se debían pensar teniendo en cuenta estos tres tipos de medios de comunicación. (Banrepcultural, 2018)

### 2.3.3 Teoría de los efectos

El estudio de los efectos de los medios de comunicación es una de las temáticas centrales en el estudio de la comunicación de masas. Según William Eveland (2003) “media effects is one of the major paradigms in mass communication [...] in the field of mass communication, the term ‘media effects’ is a common one; in fact, media effects is often considered ‘the dominant paradigma’”. Para otros autores es el objeto de estudio que caracteriza a la Mass Communication Research (Moragas, 1985).

“En el contexto anglosajón sobretodo, son muy numerosas las publicaciones que centran las teorías de investigación en comunicación de masas en los efectos, ya que consideran central el problema de los efectos para el desarrollo de la teoría de la comunicación social” (Igartua & Humanes, 2004). Como vemos, según (Igartua & Humanes, 2004) para algunos autores el estudio de los efectos no es una temática más dentro de los estudios sobre comunicación de masas, sino la temática central de dicha disciplina.

Los antecedentes de esta teoría son la consolidación del cine y la prensa, la aparición de la radio, la expansión industrial y la cultura urbana. Esta teoría nace del estudio de importantes sociólogos como Max Weber, Emile Durkheim y Max Horkheimer, quienes veían como principio del periodismo a la sociedad de masas; es decir, a un público indiferenciado al que se le enviaba un mensaje para lograr un efecto específico y al que se trataba de persuadir acerca de algo concreto a través de los medios de comunicación.(Banrepcultural, 2018)

La teoría de los efectos fue el resultado del trabajo que sobre el análisis de los medios de comunicación hicieron las escuelas de la sociología empírica, la sociología

positivista y la teoría crítica, haciendo que se hablase de un tema en el que se daba por sentado que el fin único de la comunicación era transmitir mensajes o información, y que lo que pasara durante este proceso no era ni de interés intelectual ni de interés práctico.

La teoría de los efectos hizo que los dueños de los medios buscasen manejar de forma más racional la información, aunque ello no implicó que la manejaran de mejor o peor manera que como lo venían haciendo, sino que más bien entendieran el poder que tenían y buscasen aprovecharlo. (Banrepcultural, 2018)

#### **2.3.4 Teoría del conductismo o de efectos limitados**

Esta teoría retoma la teoría de los efectos, pero dándole un gran giro, lo cual dio pie a la concepción que actualmente se tiene de la relación medios - público. La teoría del conductismo o de efectos limitados habla de los efectos que los medios logran en el público, pero, a diferencia de la teoría de los efectos, ésta entiende y percibe que la gente se deja persuadir de los medios sólo si quiere y, por lo tanto, ya no asume al público como una masa sin criterio, sino como una aglomeración de diferentes grupos con la capacidad de decidir qué es lo que quieren ver, cuándo y cómo (el público puede cambiar de canal de televisión, puede cambiar de emisora, puede apagar los aparatos de los cuales se sirven los medios, puede no prestarles atención, etc). (Encarnación, 2018)

Es en ese momento cuando se entiende la importancia del entorno frente a la información; es decir, que entre el emisor y el receptor hay un contexto por donde la información pasa y por donde ésta puede transformarse, pues no todo el público recibe una información del mismo modo, ya que el efecto que ésta produce depende del medio social, político, económico y cultural; es decir, depende del receptor. De la anterior conceptualización es de donde nacen los estudios sobre las características de los receptores y la influencia del contexto, pues los medios ya no determinan maneras

de pensar y de actuar, sino simplemente las refuerzan de diferentes maneras y bajo diferentes circunstancias, en algunos casos con mayor impacto que en otros.

Este modelo de comunicación complementa el planteado por Lasswell al enunciar que el lugar donde se da el mensaje es de capital importancia, lo que, por descontado, termina por implicar que el público tiene opiniones y, por lo tanto, complementa el mensaje; es decir, produce un efecto de retroalimentación. (Encarnación, 2018)

### **2.3.5 Teoría de la agenda - setting**

La teoría de la agenda-setting se desprende de la teoría de los efectos, en la cual se pensaba que los medios tenían como objetivo lograr un efecto generalizado sobre la masa, efecto que ésta recibía sin tener en cuenta ni el contexto ni sus criterios; es decir, en esta teoría el público era un ente inerte que recibía mensajes y los asumía sin análisis ni cuestionamientos. (Banrepcultural, 2018)

La teoría de la agenda setting plantea que los medios de comunicación escogen los temas sobre los que se habla y se discute, así como su importancia, su orden y la manera de transmitirlos. (Banrepcultural, 2018) Ahora bien un ejemplo práctico de esto lo constituyen los noticieros y el tema del terrorismo: en casi todas las emisiones de éstos se hace mención de este tema, independientemente de si es o no noticia ese día. Los medios elaboran con antelación una agenda de trabajo sobre la información que van a difundir, determinan la importancia de los hechos del país y del mundo y les asignan un orden planeado y pensado racionalmente con el objetivo de lograr mayor audiencia, un mayor impacto, y una determinada conciencia sobre cierto tema, a la vez que deciden cómo evitar referirse a determinada información, etc. (Banrepcultural, 2018)

El ejemplo más contundente de la puesta en práctica de esta teoría lo podemos encontrar en la televisión, la cual, en definitiva, es un medio hegemónico (como casi

todos los medios), pues moldea el entorno comunicativo y asume la información como un espacio de poder.

### **2.3.6 Teoría de la aguja hipodérmica**

Según esta teoría (Banrepcultural, 2018) los medios de comunicación "inyectan" una información con un contenido que se da por cierto y verídico. (Banrepcultural, 2018); es decir, que lo que un medio de comunicación diga (por ejemplo, que se desató una guerra) es cierto y de ninguna manera requiere ser verificado. Esta es una teoría que entraña, indudablemente, muchos peligros, pues jamás pone en entredicho la veracidad de la información que suministran los medios y, por el contrario,

Legitima la capacidad de éstos de moldear conductas y de estimular a las masas para que éstas respondan, entendiendo a éstas (a las masas) como a un grupo sin criterio que puede ser manipulado por los medios, los cuales, a su vez, son instrumentos de los poderes públicos y privados. (Banrepcultural, 2018)

### **2.3.7 Sociología positivista**

Ésta corriente de la teoría sociológica, en lo que se refiere al "análisis de los medios de comunicación, tomó como punto de partida la teoría de los efectos" (Valbuena, 2010), la cual decía que los medios de comunicación masiva tenían efectos sobre la sociedad sin que ésta pudiese impedir dichos efectos, más bien creía que, cuando se enviaba un mensaje, el público lo recibía y, sin discriminación alguna, se veía afectado por él.

La sociología positivista afirmó que los medios masivos no sólo eran perjudiciales sino que también lograban aspectos positivos y benéficos dentro de la sociedad, pues podían cumplir con ciertos fines sociales que ayudaran al desarrollo del hombre como ser pensante, sin importar si estos fines tan sólo se podían cumplir en el mediano o largo plazo. (Valbuena, 2010)

Así mismo, entendía al público como una masa con particularidades que la caracterizaban, pues enunciaba los efectos de los medios a nivel individual, grupal, social e institucional, yendo más allá de lo general y enfocándose un poco más en las características particulares de los grupos sociales. No obstante, no logró caracterizar eficazmente tales divisiones de la manera en que hoy en día la comunicación las entiende. Sin embargo, esta teoría implicó un gran salto teórico que puso en entredicho el enorme poder de los medios frente a lo que ellos veían como un todo: la sociedad de masas. Los teóricos más importantes de la escuela de la sociología positivista fueron Emile Durkheim y Max Weber. (Valbuena, 2010)

## 2.4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Según Servaes, J (2011)

Los medios masivos de comunicación pueden formar parte del proceso de incidencia política de dos formas diferenciadas: por una parte, apoyando las iniciativas de desarrollo a través de la difusión de mensajes que animan al público a respaldarlas y, por otra, suministrando a quienes deben decidir la información necesaria para hacerlo. Por otra parte, los políticos suelen reaccionar a las peticiones que vienen del pueblo, de los grupos de lobby o de su propia red de políticos y de funcionarios con capacidad de decisión. Por eso, la incidencia, el compromiso de los políticos y las medidas solidarias son, a menudo, producto del empoderamiento [empowering] de los ciudadanos y los sistemas de apoyo social que éstos ponen en marcha (Servaes, 2000). Citado por (Servaes, 2011) De esta forma, la incidencia política resultará más efectiva cuando todos los sectores de la sociedad se involucren a través de tres estrategias de acción interrelacionadas; a saber:

- a. Incidencia política que genere compromiso político en favor de políticas solidarias, así como un mayor interés del público en asuntos relacionados con la salud. (Servaes, 2011)
- b. Solidaridad social que lleve a la consecución de alianzas y sistemas de apoyo que alienten y legitimen acciones de desarrollo. (Servaes, 2011)
- c. Empoderamiento, que arme a individuos y grupos con los conocimientos, valores y habilidades que impulsan la acción en favor del cambio. (Servaes, 2011)

Como ya se ha mencionado, existe una amplia variedad de estrategias orientadas a la incidencia política; en todas ellas se pueden distinguir tres dimensiones básicas de acción: la propia organización de las actividades; el contenido, la sustancia de dichas actividades, y el 'clima' de las relaciones humanas en el que las actividades se llevan a cabo. En todas estas dimensiones los medios y la presión pública juegan un importante papel.

Según esta distinción, para llegar a comprender el origen de los comportamientos producidos por la acción de los diferentes tipos de estrategias de intervención, se hace necesaria una revisión de las distintas teorías, en muchos casos divergentes, que han tratado de explicar cada una de las tres dimensiones básicas por separado. Habría que prestar especial atención al impacto de las ciencias del comportamiento y las actitudes sobre (a) la teoría de las organizaciones, (b) los usos sociales del conocimiento y (c) el análisis político.

## **2.5 LA REVISTA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN**

Las revistas se han convertido en un medio de información muy utilizado por parte de la población independientemente de sexo, edad y costumbres sociales y culturales, además se evidencia dentro de las revistas existentes a nivel nacional que

son varias que se ocupen principalmente de la información que a nivel político, económico y cultural interesa a toda la población de lectores.

Según Definiciónconcepto.com (2018)

El origen de las revistas se remontan al año de 1663 cuando se editó por vez primera vez la publicación alemana: “Discusiones mensuales edificantes”, posterior a ello, comenzaron a elaborarse revistas de distintos tipos en Inglaterra, Italia y Francia. Las revistas como medio de comunicación tienen una diferencia significativa con los periódicos o diarios, esto es porque los periódicos o diarios se encargan de informar a los lectores del acontecer cotidiano, por el contrario las revistas, tratan los temas de una forma más detenida, detallada, analítica y crítica brindan ya sea a nivel de farándula, científico, artístico cinematográfico, infantiles, deportivas, de moda, de análisis político y económico, entre otros.

Al respecto de las revistas se dice que “Además de esto, se caracterizan por estar impresas en un papel de mayor calidad, con una encuadernación óptima y con mayor espacio dedicado a la documentación gráfica” (Definiciónconcepto.com, 2018)

Según afirma Muñoz, (2012)

Actualmente, con el apogeo que han tenido las nuevas tecnologías, han dado lugar a dos hechos dentro del contexto de las revistas: el primero tiene que ver con el surgimiento y desarrollo de revistas digitales, las cuales no son elaboradas en papel, sino que el lector puede leerlas a través de la red. El segundo consiste en que las empresas dedicadas edición e imprenta de revistas también presentan una versión digital, esto le permite al lector poder elegir la opción que más le guste.[En línea]

A diferencia de los Periódicos, las revistas en lugar de narrar hechos o sucesos que han acontecido en el día a día de una sociedad, pueden ofrecer un análisis a fondo de un suceso en particular, pudiendo encontrarse Reportajes y Entrevistas a personajes de interés como también la realización de Artículos de Investigación donde se destacan además los textos de Divulgación Científica, que promueven el conocimiento científico de un tema en particular pero adaptado a la lectura de quienes no son especialistas en el tema.

En la actualidad y con el auge de la Web 2.0 se ha dado lugar a la aparición de una gran cantidad de Revistas Digitales que ofrecen los mismos contenidos que una Revista en Papel pero sin costo alguno (o con un costo inferior) y una gran cantidad de artículos de interés para ser disfrutados por los lectores. (Muñoz, 2012)

## 2.6 LA REVISTA ONLINE

Según Luzardo (2010) Columnista del periódico el Tiempo.com:

Los aficionados a las revistas tienen en Internet una opción ideal para dejar de ir a los almacenes a comprarlas y evitar llenar su casa de publicaciones en papel. En la Red se encuentran sitios en los que el usuario puede adquirir suscripciones a miles de revistas de todo el mundo sin moverse del PC, con la misma calidad en textos, gráficos y color que tienen las versiones impresas.

Esta forma de acceso a la información a través de las revistas digitales existe desde hace varias décadas teniendo su origen en otros países con revistas reconocidas como “The Economist, Sports Illustrated, Rolling Stone, National Geographic, GQ o Esquire; esto lo ofrecen a través de sitios como Zinio que, además, ofrecen métodos de visualización para diversos canales como computador y dispositivos móviles” Luzardo (2010). El sitio Zinio ([www.zinio.com](http://www.zinio.com)) cuenta con un

amplio catálogo de cerca de 1.300 revistas de todo tipo para que personas de cualquier parte del planeta puedan leerlas de una manera fácil, (Luzardo, 2010).

En Colombia, valga decir, que las revistas virtuales no llevan tanto tiempo, sin embargo en la actualidad ya son varias las que se encuentran en la red y así los cibernautas tengan fácil acceso a la información de su interés.

## **2.7 LA NOTICIA**

La noticia es un tipo de texto periodístico. Que como todo texto lingüístico “tiene como finalidad informar, conmover o persuadir desde el tratamiento de un tema o hecho. Es el relato de un acontecimiento de actualidad y de interés público”. El lector recibe la información sin ningún tipo de valoración personal u opinión del periodista que ha redactado la noticia. (Muñoz, 2012)

La noticia que se compone básicamente de tres partes:

El lead o entrada. Datos relevantes de la noticia. Esta parte a su vez tiene en cuenta los siguientes interrogantes:

- ¿Quién o quiénes? Son los personajes que aparecen en la noticia
- ¿Dónde? Lugar donde se ha desarrollado los hechos
- ¿Cuándo? Sitúa la acción en un tiempo.

El cuerpo. La explicación del cómo se llevaron a cabo los hechos. Este a su vez tiene en cuenta el:

- ¿Cómo? Describe las circunstancias.
- ¿Por qué? Explica la razón de los hechos

- Explicaciones
- Desarrollo de ideas

El cierre. Que suele presentar ideas complementarias.

- Ideas complementarias
- Idea final.

En otros casos inicialmente, es decir antes de la entrada se considera como una parte el Titular. Destaca lo más importante de la noticia.

La noticia consta de tres partes: títulos, entrada o lead y cuerpo de la información. Los títulos (titular y subtítulos) son la llamada de atención del lector, lo que va a captar su atención. La entrada viene a ser el núcleo, la esencia de la información, es el párrafo inicial que resume los datos más importantes. El cuerpo desarrolla lo anticipado en la entrada o lead, ampliando esos datos e introduciendo otros nuevos. (Vera, 2014)

### Características

- a) Veracidad: los hechos o sucesos deben ser verdaderos y, por lo tanto, verificables.
- b) Objetividad: el periodista no debe verse reflejado en ella mediante la introducción de ninguna opinión o juicio de valor. En la noticia no ha de aparecer quien la ha redactado, sólo se adivinará que tiene un autor porque en ella se da una selección de la realidad, de manera que el periodista escoge los elementos que le parecen interesantes y relevantes. Pero en ningún caso se mostrará su opinión. (Vera, 2014)
- c) Claridad: los hechos deben ser expuestos de forma ordenada y lógicamente.
- d) Brevidad: los hechos deben ser presentados brevemente, sin reiteraciones o datos irrelevantes.
- e) Generalidad: la noticia debe ser de interés social y no particular.
- f) Actualidad: los hechos deben ser actuales o recientes.

g) Proximidad: los sucesos entregados provocan mayor interés si son cercanos al receptor. (Vera, 2014)

### **2.7.1 El discurso noticioso**

El objetivo de todo artículo noticioso es capturar la atención del lector, sorprenderlo con información bien escrita, útil, precisa, balanceada, interesante, creativa. El reportero está compitiendo con una enorme cantidad de información y medios que buscan lo mismo, la atención del lector. Un artículo bien escrito es el que el lector lee de principio a fin. (Pinto, 2016)

La planeación precede a la redacción. Los reporteros ven la historia noticiosa como un todo organizado; cada párrafo está ubicado con un propósito. Aun cuando están reportando sus historias, los reporteros tratan de visualizar lo que escriben, especialmente el comienzo de la historia. El lead contiene el tema de la historia y le da su estructura porque la historia está construida sobre este tema. (Pinto, 2016)

Las historias noticiosas tienen una estructura lineal:

**El comienzo:** Incluye un sumario del material más importante. Le dice al lector lo que debe esperar de la historia.

**El cuerpo,** amplifica, fortalece, da ejemplos y explica el comienzo. Contiene material de contexto y material secundario.

**La conclusión.** Termina de aclarar lo que hace falta y redondea la idea principal ofreciendo conclusiones y proyecciones, si es del caso. (Aprende en Línea, Universidad de Antioquia, (2016)

### **2.7.2 La noticia de impacto**

Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en el conocimiento de la realidad que forma parte de nuestra vida cotidiana pero que se encuentra fuera de

nuestro alcance inmediato. No todos los hechos son transformados en noticia, sino sólo aquellos que resultan seleccionados por los medios para tal fin. (Calícano, 2015)

En la mayoría de los temas de relevancia pública, “los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano”,<sup>4</sup> es decir, con la construcción de una parte de la realidad social realizada por los medios de comunicación, que permite a los individuos informarse sobre lo que sucede en su entorno. (Calícano, 2015)

En este proceso de construcción de las noticias, los medios tienen un papel clave, puesto que difunden información e ideas acerca de las alternativas políticas existentes en forma accesible para grandes audiencias, e inciden en la naturaleza de la deliberación democrática.

De este modo, hacen circular ciertos temas destinados a influir sobre el debate público. Su peso en el establecimiento de la agenda social se produce en función de la relevancia que otorgan a los asuntos tratados y de los atributos que adquieren los objetos o sujetos que reciben cobertura mediática.

## 2.8 LA POLÍTICA EN COLOMBIA

Tal y como se afirma en el artículo primero de la Constitución política colombiana de 1991, Colombia es una república unitaria y descentralizada organizada en 32 departamentos y una capital de distrito.

La cultura política de Colombia se caracteriza por ser de naturaleza fuertemente personalizada. Esto es consecuencia de las relaciones clientelares que tradicionalmente se han llevado a cabo en el ámbito político y que dependen de la subordinación y lealtad de las clases bajas. A la vez estas clases han encontrado en el clientelismo un canal de acceso a beneficios sociales y económicos de los que estarían excluidos si no entraran en la dinámica clientelar. Las elites justifican el liderazgo gubernamental con un discurso paternalista en el que ellas mismas adopten

decisiones y cuiden de la nación y de su gente. La aceptación del discurso paternalista por parte de las clases bajas se ha erosionado desde 1970.

Cárdenas, (2012) afirma que

La cultura política es uno de los fenómenos de las ciencias sociales que más debates teóricos y metodológicos ha despertado a lo largo de las últimas décadas. Al ser un concepto amplio, a la vez ambiguo, y que puede ser interpretado de distintas maneras, la cultura política ha sido abordada desde distintos paradigmas conceptuales y su estudio se ha visto orientado desde métodos tanto cualitativos como cuantitativos.

Lo anterior deja entrever que la política más que una ciencia está considerada dentro de los aspectos que determinan el desarrollo de las sociedades y por medio de la cual se protege o abusa de los derechos fundamentales de las personas. En América Latina, el estudio de la cultura política, al menos la corriente dominante, ha estado enfocado en el estudio de la relación de los ciudadanos con un concepto central: la democracia. (Cárdenas, 2012, p. 3)

Sin embargo hay que reconocer que no existe un concepto político claro que se imparta desde la educación, desde la primaria hasta la universidad. A propósito de la política en Colombia. Es bueno analizar desde el punto de vista de Falla, (2018) en su artículo publicado en el periódico digital Las2orillas titulado *El enigma de la política colombiana*. Colombia cuenta con 13 partidos políticos oficializados en la Registraduría General de la Nación, 36 millones de ciudadanos habilitados para votar, y una cantidad abrumadora de hombres y mujeres que buscan representar los ideales e intereses de los colombianos. La pregunta que todos nos hacemos a diario es ¿qué hacen los políticos colombianos para llegar al poder? Este es el gran enigma de la política en nuestro país. (Las2orillas.com, 2010)

Según (Falla, 2018)

Colombia se caracteriza por tener partidos políticos que pasan por encima de sus ideales y se alían con partidos de ideales totalmente opuestos, solo con tal de poder llegar al poder y tener “aunque sea” un ministerio a su disposición, o que “les devuelvan el favorcito” cuando lo necesiten.

A esto hay que agregarle también el hecho de que a los colombianos les gustan los políticos que salgan a gritar en las plazas públicas, le pinten el cielo a la ciudadanía, y prometan cosas que los mismos colombianos saben que son imposibles de cumplir. Aquí no tienen oportunidad aquellos que buscan una nueva forma de hacer política sin usar el miedo ni el chantaje, proponiendo cosas que sí se puedan cumplir, y respetando todos los puntos de vista.

### **2.8.1 El discurso político en Colombia**

La noción de discurso es puramente textual o lingüístico y su enfoque analítico se restringe a pequeños fragmentos del habla o de la escritura. “En su sentido más técnico, el análisis del discurso se refiere a un conjunto neutro de recursos metodológicos que sirven para analizar alocuciones, escritos, entrevistas, conversaciones, etc.” (Howarth, 1997: 126). Citado por (Gil, 2016)

Una definición amplia, que se acomoda a todas las disciplinas que hacen análisis del discurso y que encaja a las necesidades de la investigación, es la que ofrece Calsamiglia y Tuson (1999) que afirman:

Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de

la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto (lingüístico, local, cognitivo y sociocultural). Nos referimos, pues, a cómo las formas lingüísticas se ponen en funcionamiento para construir formas de comunicación y de representación del mundo –real o imaginario- (Calsamiglia & Tuson, 1999:15).

El discurso se concibe como una producción que no puede ser analizada aisladamente, sino que siempre está referida a un contexto social, a su vez, el discurso se produce por actores determinados, en situaciones específicas de comunicación. Por lo cual, al ser producidos los discursos por un grupo social, contienen un sentido y unas prácticas propias, con sus propias maneras de decir y de significar. (Castro, 2012). Citado por (Gil, 2016, p. 12)

### **3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para la presente investigación se utilizará el paradigma cualitativo La investigación cualitativa. Según Hernández (2010)

La investigación cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. Por ejemplo, en un típico estudio cualitativo, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca algunas conclusiones; posteriormente, entrevista a otra persona, analiza esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones; del mismo modo, efectúa y analiza más entrevistas para comprender lo que busca. Es decir, procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general.

Es así como a partir de la revisión documentos, las entrevistas realizadas a la muestra, se procede a un análisis cualitativo que permita dar respuesta a la pregunta de investigación.

En cuanto al tipo de investigación se utilizó el análisis documental, el cual ha sido considerado como: “El conjunto de operaciones destinadas a representar el contenido y la forma de un documento para facilitar su consulta o recuperación, o incluso para generar un producto que le sirva de sustituto” (Clauso, 199, p. 1).

Por lo tanto se trata de revisar a partir de una guía plasmada en una ficha de análisis, el contenido que compone un documento, y el cual contiene la temática que se está abordando en una investigación, en otras palabras se trata entonces de sintetizar un

contenido sin desviarse de su idea central, extrayendo de él la información más relevante, que va a servir de insumo para el análisis de un problema de investigación previamente identificado.

En la investigación documental se emplean documentos impresos como libros, periódicos, revistas, folletos, archivos e internet.

## **3.2 DELIMITACIÓN**

### **3.2.1 Objeto de investigación (sólo uno de los dos según el tipo de investigación)**

Se presenta un análisis de contenido de la Revista Semana.com

### **3.2.2 Tiempo y escenario**

El tiempo será el periodo comprendido entre los meses de junio a noviembre de 2018

### **3.2.3 Pasos de la investigación documental**

Para llevar a cabo la investigación documental se tienen los siguientes pasos:

1. Elección del tema: Se trata de disponerse a elegir el tema, que se quiere investigar.
2. Elección de las fuentes: Luego de tener claro el tema que se va a profundizar, se procede a buscar las fuentes, las cuales como ya se había mencionado, pueden ser, revistas, periódicos, libros, folletos, artículos, para lo cual es muy importante que estas fuentes sean confiables y que su búsqueda se realice en bases de datos confiables: bibliotecas, hemerotecas.
3. Elaboración de fichas bibliográficas y hemerográficas:

4. Esquema o bosquejo del trabajo. Una vez delimitado nuestro tema, se puede tener una visión general de la estructura de nuestro trabajo.
5. Cómo obtener la información que será útil para nuestro trabajo. v En esta etapa se requiere hacer una lectura cuidadosa que lleve a la comprensión y reflexión del tema de investigación.
6. Elaboración de fichas de trabajo. La información que consideramos importante para nuestro trabajo, debe recopilarse en fichas de trabajo.
7. Redacción del trabajo y uso de las notas.(Petre, 2014)

### **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación es transaccional, descriptivo. Los diseños descriptivos, indagan la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables. Tiene como propósito principal proporcionar una visión de una determinada situación. A partir del análisis de las variables que hacen parte de la investigación y a partir de los resultados establecer la relación existente.

Según Hernández (2010) Pp. 80)

En los estudios descriptivos, con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Pp. 80). Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren,

### **3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

La técnica utilizada es paradigma cualitativo con un tipo de investigación: Análisis de contenido. La técnica de recolección y generación de la información fueron fichas de recolección de información documental.

### **3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

Ficha de análisis

### **3.6 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES**

**3.6.1 Artículos de opinión con contenido político publicados entre Junio y Noviembre del año 2018.**

### **3.7 PLAN DE TRABAJO**

Ver gráfico de la página 49.

### **3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el análisis de esta investigación solo fue necesario un presupuesto de aproximadamente 40.000 COP que corresponden al pago de internet para observar y descargar todos los artículos con contenido político publicado en la nube por la Revista Semana.

### **3.9 HIPOTESIS**

Qué intención tienen los contenidos político de los artículos de opinión de la revista Semana edición Web. ¿Podrían llegar a influir estos en la agenda del gobierno?

### **3.10 VARIABLES**

#### **3.10.1 Dependiente**

Artículos de opinión

#### **3.10.2 Independiente**

Desarrollo político



### 3.10.3 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADOR
<b>DESARROLLO POLÍTICO</b>	Conjunto de grupos y procesos políticos que interactúan en un entorno histórico y cultural y se caracterizan por cierto grado de interdependencia recíproca que se expresa en las prácticas, hábitos, rituales y reglas no escritas que organizan la competencia por el poder político entre los actores y, específicamente, entre la clase política.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grupos políticos</b></li> <li>• <b>Procesos políticos</b></li> <li>• <b>Poder político</b></li> <li>• <b>Actores políticos</b></li> <li>• <b>Clase política</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de impacto</li> <li>• Gestión pública</li> <li>• Calidad</li> </ul>

<p><b>Artículos de opinión</b></p>	<p>El periódico electrónico se define como un producto interactivo y multimedia. Se vale de diferentes recursos que lo vuelven, un medio multimedia como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido. Además, está revolucionando los conceptos básicos del periodismo impreso. El periodismo en Internet no solamente se encuentra en las páginas de periódicos, televisión, radio en Internet, también se encuentra presente en otros sitios que utilizan la web como medio de difusión</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medios de comunicación digital.</b></li> <li>• <b>Periodismo en Internet.</b></li> <li>• <b>Información mediática.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto</li> <li>• Calidad</li> <li>• Opinión</li> <li>• Influencia</li> </ul>
------------------------------------	---	---	---

Fuente: Elaboración propia

### 3.11 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Ficha de contenido.

Para obtener la información que se requiere en la solución del problema planteado se llevó a cabo un análisis documental, técnica que según Dulzaides Iglesias, María Elinor, & Molina Gómez, Ana María. (2004) consiste en:

Una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico- sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas. (Pag. 1)

En la actualidad el análisis documental es muy relevante, porque despeja el camino, muchas veces oscuro, por la creciente circulación de datos e información. Su éxito se ve reflejado en el conocimiento disponible en aras de acelerar el proceso de su implementación. A continuación se puede ver el modelo de la ficha utilizado para realizar el análisis.



### **3.12 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

El análisis de la información se realiza a partir de un cruce o análisis categorial entre las técnicas cualitativas (fichas) mediante las cuales se realizará la triangulación de la información recolectada, relacionando las variables de estudio y evidenciando el estado de la hipótesis de la investigación.

Según (Hernández (2010)

La realización de pesquisas académicas o profesionales han desafiado cada vez más a los analistas e investigadores visto que la objetividad de los datos recolectados en una investigación no es más condición suficiente para la comprensión de un fenómeno (como por ejemplo la opinión de un cierto público, satisfacción del cliente, resistencia de los usuarios finales de una tecnología recientemente adoptada).

De hecho, la subjetividad es lo que va a permitir explicar o comprender las verdaderas razones del comportamiento o preferencia de un cierto grupo por algún producto, sistema, servicio, etc. ¿Cómo el investigador, el analista, o incluso el gerente o ejecutivo podría realizar tal tipo de análisis o exploración de datos?

### **3.13 MUESTREO INTENCIONADO**

La Muestra serán 16 artículos opinión en los cuales se evidenció contenido político durante este periodo en la Revista Semana.com.





## 4 SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

<b>Posturas más comunes</b>	<b>Tipos de argumentos hallados</b>	<b>Principales falacias</b>	<b>Afinidad con temas y decisiones del gobierno en el mismo período</b>
Posturas críticas frente al parecer y proceder de los partidos centro-izquierda por su radicalidad.	Argumentos de autoridad: “se trata de una postura muy radical y muchas veces maltratadora de la moral”.		La ley anticorrupción
Posturas radicales ante la llamada “extrema derecha” y su manera de hacer política.	Argumentos emocionales: Las redes sociales atentan contra el buen manejo de la información	“Las redes son herramientas válidas para la consolidación de la libertad siempre y cuando los debates estén desprovistos de autoritarismo”.	Medida en que el abuso de la información y la libertad de prensa afecta el orden constitucional.
Lo que significa para el actual	Argumento de autoridad: El	“El presidente no tiene	Análisis de los primeros 100 días

<p>gobierno de Iván Duque la polarización que se vive en ese momento en el país.</p> <p>“Se necesita un timonazo en la estrategia del presidente frente al congreso y la opinión”</p>	<p>mensaje del periodista Ariel en 2 de sus columnas es claro y desafiante y deja en claro su oposición frente al actual gobierno.</p> <p>Argumentos estadísticos: “la imagen desfavorable aumenta de un 59 a un 73,8%”.</p>	<p>governabilidad, hasta su propio partido lo desobedece”.</p> <p>“el alto porcentaje desfavorable también se explica porque en las redes sociales circulan constantemente mensajes contra Iván Duque y Martha Lucía Ramírez y sus falsas promesas de gobierno”.</p>	<p>de Iván Duque como presidente.</p>
<p>Solucionar la crisis económica por la que atraviesan las instituciones públicas de educación.</p>	<p>Argumento de autoridad: el gobierno no cede ante las peticiones de los estudiantes.</p>	<p>“Es casi imposible llegar a un punto intermedio porque la distancia entre las exigencias y propuestas es demasiado amplia”.</p>	<p>La ministra de educación establece un diálogo que minimiza la brecha entre el movimiento estudiantil y el gobierno.</p>

## 4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL

Se realizó un análisis de contenido teniendo como instrumento la ficha de revisión de contenidos. (Ver anexo [Ficha de recolección documental.xls](#))

Mediante la sistematización y análisis de la información recolectada a través de la técnica de revisión documental se puede establecer que el tratamiento documental utiliza elementos propios del análisis de información, sobre todo, cuando se pretende sacar conclusiones y relacionar temas específicos que dan respuesta a las preguntas de investigación previamente formuladas.

La experiencia del análisis documental facilitó el acceso y utilización de la información contenida en los artículos, y a través de cada fase del análisis documental se dio un paso para establecer la respuesta a la formulación del problema y alcanzar los objetivos de la investigación. En la presente investigación se apeló al análisis de información, en particular, porque se trataba de relacionar procesos en donde evidentemente había elementos cuya relación generaba un impacto dentro del entorno en el cual se estaba investigando.

A continuación se presenta el resultado de la revisión documental realizada en algunas artículos que el medio de información virtual Revista Semana, dio a conocer, teniendo como tema central el comportamiento político entre los meses de Junio a noviembre de 2018

Mediante el análisis sintetizado en las fichas de contenido se pudo encontrar información pertinente respecto a la información de carácter político que maneja la revista semana a través del sitio web:

***“El liderazgo del presidente Iván Duque en sus primeros 100 días de gobierno, el que la columnista califica de "Débil"”***

A propósito de este tema se evidencia un afán por establecer un análisis de la gestión del presidente durante los primeros cien días de gobierno y de una vez se le atribuye el adjetivo de “débil” lo que se presta para reacciones inmediatas por parte no solo de los lectores sino por parte de los protagonistas del titular..

***Tan débil es su liderazgo que ni siquiera ha podido contar con su partido para patinar en el Congreso su propuesta de gravar la canasta familiar, que busca, además, rebajarles el impuesto a las empresas por cuenta del cuentazo de la Economía Naranja.***

Es importante centrarse en el análisis de contenido en un contexto político y considerando a la vez la posición del autor y lo que de verdad quiere hacer, si dar a conocer una información o emitir una crítica para hacer daño o hacer que los implicados reaccionen para alcanzar mayor impacto en los lectores, en consecuencia se evidencia que se produce información para la toma de decisiones, posibilitando la réplica, buscando una calificación a su profesionalismo y dándole argumentos al lector para que desarrolle su capacidad de análisis y de evaluación

En el artículo titulado ¿Cómo se renueva la política? El columnista José Manuel Acevedo; El columnista asume una postura crítica frente al parecer y proceder de Claudia López, dejando entrever su oposición a su pensamiento, que lo califica de radical y equivocado.

***Ni con descalificaciones ni con muros de la vergüenza ni mucho menos con reformas taquilleras pero inútiles. Algunos ya lo están haciendo sin gritos y con acciones.***

En esta oportunidad se trata de una noticia que se convierte en un ataque a una persona. En ningún sentido se evidencia una ideología política que pretenda defender en particular, solo quiere expresar su desacuerdo con el parecer y proceder de la Congresista protagonista de la noticia, de una manera muy tajante, a mi parecer; lo que le hace perder la objetividad y más que una noticia es la buscar en los medios una forma de desahogo para hacer sentir mal a las personas con las cuales no se comparte el mismo ideal político, prestándose esta situación para que se cambie el sentido de la información de una manera ética y respetuosa.

De otro lado y muy significativo es el artículo de la columnista Clara López; quien expresa su preocupación por las consecuencias que tendrá tener un presidente con los pensamientos ideológicos como Bolsonaro para la democracia en Latinoamérica, preocupa el mal ejemplo y la influencia en los otros países.

Analizando estos planteamientos es evidente que se trata de una noticia que invita a la reflexión. Este artículo deja ver como los columnistas no escatiman esfuerzos para apropiarse de los medios de comunicación, no solo para hacer política y liderar sus esfuerzos por permanecer en el ambiente político, sino que encuentran en los medios una plataforma ideal para expresar su opinión y alarmar, si se puede utilizar el término, a los receptores del mensaje frente a lo que puede pasar en el ambiente político, todo ello en favor o en contra de sus ideales.

Por esta misma línea está el artículo titulado Populismo y democracia; cuya idea central es: ***Las redes sociales y su incidencia en el sistema democrático.*** Refleja una postura crítica haciendo alusión a la revolución de las redes sociales y su incidencia en la democracia, debido a la forma como se presenta la información y los factores que se encuentran involucrados en la noticia.

Se puede concluir al respecto de este artículo que el autor expresa su posición frente a la influencia de las redes sociales en el sistema democrático, lo cual se puede convertir en un populismo. A propósito del tema central se evidencia que las redes son herramientas válidas para la discusión y la consolidación de la libertad y la democracia siempre y cuando los debates estén desprovistos de autoritarismo y agresividad. Sirven también para dar una voz de alerta y cohesionar la sociedad en torno a principios y derechos universales. Que en ocasiones sucede lo contrario, es cierto. Pero esto podría asimilarse con la eterna lucha entre el bien y el mal: los malos a veces ganan, pero los buenos han aprendido a meterles goles.

Continuando con el análisis de contenido pertinente al tema del desempeño del presidente Iván Duque, las opiniones no se han hecho esperar, unido a ello recomendaciones con un contenido más de sarcasmo quede ayuda para mejorar la imagen del presidente; es así como el periodista Rodrigo Pardo, en su artículo: **"Se necesita un timonazo en la estrategia del presidente frente al Congreso y la opinión"** Deja entrever que la situación no está nada fácil para el presidente y expresa de manera relevante:

***La calificación del gobierno del presidente Iván Duque se desplomó. Justo al cumplir los primeros 100 días de gobierno, la evaluación de los colombianos, en una encuesta que cubre tanto al país urbano como al rural, bajó de 53,8 a 27,2 por ciento desde el mes de septiembre. Esta es la principal conclusión de la encuesta realizada por Invamer para SEMANA, Caracol Televisión y Blu Radio***

No escatima esfuerzo alguno para entrar a valorar la imagen del presidente Iván Duque, para lo cual tampoco improvisa en materia de fuentes, respalda entonces su posición frente al tema en los resultados de la encuesta que siempre ha gozado de credibilidad a nivel del gobierno.

Es una realidad que el presidente Iván Duque ha tenido que enfrentar situaciones que mucho lo ponen entre la espada y la pared y más que aportar a su desempeño, lo que hacen es que tratan de medirle el aceite. Es el caso del movimiento estudiantil y su enfrentamiento de forma pacífica, con el gobierno planteándole exigencias que según el presidente “No hay dinero” para satisfacer tales necesidades. A esta situación se une la Revista Semana, quien mediante el artículo titulado ***¿Por qué el Gobierno no va a cumplir las exigencias del movimiento estudiantil?*** Concluye contundentemente:

***Al ambicioso pliego de peticiones de los estudiantes, que asciende a más de 20 billones de pesos, el gobierno respondió que solo podía comprometerse con 1,5 billones. Aunque hay reclamos legítimos sobre el rezago en infraestructura en la universidad pública, también hay propuestas ideológicas y políticas inconvenientes e imposibles de cumplir.***

Continúa afirmando: ***El gobierno no siede ante las peticiones de los estudiantes que para este, son demasiado ambiciosas y riñen con las posibilidades que tiene el gobierno.*** A opinión de la investigadora, este artículo más que una opinión pretende aportar a la solución:

***Solucionar la crisis económica por la que atraviesan las instituciones públicas de educación superior.***

Ante la evidente incidencia de esta información en las decisiones y el devenir de la política en Colombia, se suele afirmar, que los medios de comunicación en sus ediciones Web, se han convertido en un “cuarto poder”, tal vez sin proponérselo, gozan de una gran capacidad de fiscalización e incluso de oposición política, pudiendo llegar a ocasionar la dimisión de altos funcionarios del Estado. Es cierto, en muchas ocasiones colocan el reflector sobre los temas más candentes, denuncian hechos irregulares, incitan para que se pongan en marcha actividades estatales, y obligan a

los responsables a dar explicaciones. Pero es un poder limitado, con pocos controles, muchas coacciones y donde se juegan múltiples intereses.

A propósito de los medios de opinión en sus ediciones web, aprovechan indiscutiblemente las nuevas tecnologías: irrumpieron con los teléfonos inteligentes y las redes sociales, la información se descentralizó y los usuarios se convirtieron en emisores de opinión y de información.

Ahora, el vértigo de los datos virales es tan intenso como efímero. Muchos quisieron ver en las redes sociales una alternativa para debatir en favor o en contra de sus intereses, hacer especulaciones frente a las noticias que encuentran diariamente y se facilita de alguna manera hacer uso de las bondades de un sistema democrático en donde la libertad de prensa es características fundamental. Lo cierto es que tienen una gran capacidad de difusión pero muy poca de organización, como para derrocar gobiernos e imponer democracias.

A propósito de esta situación con relación a la libertad de prensa, precisamente en la sección de Redacción judicial en la revista semana se dio lugar a un artículo: **“Fiscalía identificó responsables de amenazas a Luis Carlos Vélez y María Jimena Duzán”** Enfatizando en una parte del artículo diciendo:

***Sin entregar los nombres de los supuestos responsables, el fiscal general aseguró haber identificado el autor de la amenaza al director de La FM, Luis Carlos Vélez. En este caso, aseguró que por estos días se están adelantando los interrogatorios correspondientes, para posteriormente judicializar a los responsables.***

Cabe analizar entonces que los medios de comunicación tienen una función que cumplir dentro de los gobiernos democráticos representativos, pero también responden a una lógica de mercado que se contrapone al principio de información,

además la tendencia a la concentración de los medios de comunicación en grandes consorcios internacionales reduce las opciones de información, por ello es necesario pensar en armados institucionales que equilibren dos derechos: libertad de prensa y libertad de información. La posibilidad de consolidación y ampliación democrática, en parte está condicionada por el equilibrio entre ambos derechos.

## 5 CONCLUSIONES

La información política que emite la revista semana a través de su página web genera opinión, invita al análisis y crea una relación que alimenta la ideología del lector y motiva la discusión. Independiente del tema que sirva para desarrollar la noticia siempre se va a generar un diálogo o una discusión que va encaminada a destacar las personas y sus acciones en favor o en contra del gobierno.

A propósito de las noticias políticas de la revista semana se puede concluir que es un medio de comunicación con un gran contenido político sus columnista de opinión son muy representativos en el ambiente político del país y su postura es respetable frente a otros medios de comunicación.

Durante el periodo de junio a noviembre de 2018 se generaron noticias que tuvieron como temas principales el comienzo del periodo presidencial del presidente Ivan Duque, las candidaturas a la alcaldía de Bogotá el debate que se da entre congresistas y la defensa de sus ideales y posturas como opinión y gobierno. Se pudo identificar en estas noticias que se tuvo en cuenta realizar un análisis crítico de todo el entorno político del país en ese periodo y que estas noticias sirvieron de material para una autoevaluación de la gestión de los protagonistas de la política y una forma de expresar el sentir de la ciudadanía frente a estas funciones.

Es evidente que el poder político por su propia conveniencia, tiende hacia el control de los medios de comunicación y, en un país totalitario, esto lo logra a través de la censura previa, que el Estado realiza antes de la publicación de la información; pero en los países en donde existe una relativa libertad en los medios de comunicación, el poder público buscará otros medios para controlar la información de los medios transmiten a la comunidad.

## **PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN**

### **6.1 PRESENTACIÓN**

En el trabajo de investigación, Análisis de los artículos de opinión con contenido político de La Revista Semana Edición Web, trabajo realizado bajo la metodología de análisis documental a partir del paradigma cualitativo se tuvo como objetivo general: Analizar el contenido político de la revista Semana edición web entre los meses de junio a noviembre del año 2018. Se evidencio principalmente la relación que existe entre los medios de comunicación y el desarrollo de la política, considerando que para la opinión pública se convierten estos medios de comunicación en la ventana para determinar hasta qué punto el factor político está incidiendo en su estabilidad y desarrollo humano.

### **6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

Es una realidad que las nuevas formas de comunicación han permitido la diversificación del mensaje, en cuanto han permitido que la información se divulgue a través de diferentes medios. Es aquí donde cobra importancia el problema de investigación que se abordará a través del presente estudio. A esta situación, no es ajena la política, pues es un hecho que la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la actividad política de un país como Colombia es real, y más aún si se tiene en cuenta que estamos ante un país democrático y con un concepto de libertad de prensa que hasta ahora ha sido respetado.

### **6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO**

Es importante centrarse en el análisis de contenido en un contexto político y considerando a la vez la posición del autor y lo que de verdad quiere hacer, si dar a conocer una información o emitir una crítica para hacer daño o hacer que los implicados reaccionen para alcanzar mayor impacto en los lectores, en consecuencia se evidencia que se produce información para la toma de decisiones, posibilitando la réplica, buscando una calificación a su profesionalismo y dándole argumentos al lector para que desarrolle su capacidad de análisis y de evaluación.

## **6.4 PRODUCTO**

### **6.4.1. Título**

Análisis de los artículos de opinión con contenido político de la Revista Semana edición web publicados entre los meses de junio a noviembre de 2018.

### **6.4.2. Resumen en español**

La revista semana es la principal revista de análisis político de Colombia, es un medio de comunicación con espacios On line y off line, se ha consolidado como el principal medio de opinión en Colombia, su edición es semanal y circula en todo el país. Cuenta con el sitio web ([www.semana.com](http://www.semana.com)), que además de los contenidos de la revista impresa, cubre en tiempo real los principales procesos políticos y sociales del país.

Resulta indiscutible que la influencia política y económica de su dueño, Felipe López Caballero, y su director, Alejandro Santos Rubino, tiene peso en el acceso a información del medio. La Revista tiene concesionado un espacio televisivo en el canal Cable Noticias denominado Debates Semana, en donde se abordan temas de actualidad política. Se trasmite los jueves y viernes. Por lo tanto a partir del paradigma cualitativo de investigación y mediante el tipo de investigación de revisión documental se desarrolla un análisis crítico del contenido de político de los artículos de la revista semana Edición Web

Se partió del objetivo general Analizar el contenido político de la revista Semana edición web entre los meses de junio a noviembre del año 2018. Y para lograrlo se utilizó como instrumento de recolección de información una ficha de revisión de contenido que sirvió para sintetizar los artículos que sirvieron de información.

Descriptores: Medios, desarrollo político, opinión, gobierno.

### **6.4.3. Abstract**

The week magazine is the main political analysis magazine of Colombia, it is a means of communication with online and off line spaces, it has become the main medium of opinion in Colombia, its edition is weekly and circulates throughout the country. Account with the website ([www.semana.com](http://www.semana.com)), which in addition to the contents of the printed magazine, covers in real time the main political and social processes of the country.

It is indisputable that the political and economic influence of its owner, Felipe López Caballero, and its director, Alejandro Santos Rubino, has weight in the access to information of the environment. The magazine has concessioned a television space

on the Cable News channel called Debates Semana, where current political issues are addressed. It airs on Thursdays and Fridays. Therefore, based on the qualitative research paradigm and through the type of documentary review research, a critical analysis of the political content of the articles of the week Web Edition is developed.

The main objective was to analyze the political content of the magazine Semana web edition between the months of June to November of the year 2018. And to achieve this, a content review form was used as an information collection tool that served to synthesize the articles that they served as information.

**Key words:** Media, political development, political opinion, government.

NOTA: El artículo no se presenta completo porque para la autora de este trabajo de grado es importante tener la posibilidad de publicarlo.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

Banrepcultural, (2018) Teoría de la comunicación y algunas corrientes; Recuperado en:

[http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_Comunicaci%C3%B3n\\_y\\_algunas\\_corrientes](http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teor%C3%ADa_de_la_Comunicaci%C3%B3n_y_algunas_corrientes).

Marcos, F. (2010) La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas. Trabajo de grado, Recuperado en:

[https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11292/teoria\\_efectos.pdf](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11292/teoria_efectos.pdf)

Servaez, J. (2011) Comunicación e incidencia política para la construcción de la paz; Revista Científica de Información y Comunicación. No. 8, pp. 51 – 74. Recuperada en: <https://www.salgalu.tv/unesco/materiales/4ComunicacioneIncidencia.pdf>

Garcia (2015) <http://www.labrechadigital.org/labrecha/Articulos/los-beneficios-de-la-tecnologia-en-la-educacion.html>

Barredo. et al (2018): “La relación entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política. Un estudio sobre los jóvenes universitarios en Colombia”. Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp 945 a 960. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1290/49es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2018-1290

Sánchez (2015) Las redes sociales “las nuevas reinas de la política colombiana disponible en:”<http://www.elcolombiano.com/colombia/politica/redes-sociales-las-nuevas-reinas-de-la-politica-GB8131282>

Baquero, Reyes & León (2014) Democracia y medios de comunicación en Colombia. Recuperado en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-48232014000100010](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232014000100010)

López García, Guillermo, "El 11-M y el consumo de medios de comunicación", artículo publicado en *Sala de Prensa n° 71*, Septiembre de 2004. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art565.htm>

López García, Guillermo, "Consideraciones sobre los efectos electorales de los atentados terroristas del 11-M", artículo publicado en la revista *Aposta Digital n° 12*, Noviembre de 2004.

Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (2005). “Derecho y cuarto poder en la era digital”. En *Revista de Estudios Políticos* n° 130. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. pp. 77-112. Disponible en <http://www.uv.es/aboixp/publicaciones/boix%20palop.%20rep%20130.pdf>

Boix Palop, Andrés, y López García, Guillermo (2006). “Soporte digital, autoría e industria cultural. Reflexiones sobre derecho y cuarto poder en la era digital (II)”. En *Revista de Estudios Políticos* n° 131. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. pp 35-68. Disponible en <http://www.uv.es/aboixp/publicaciones/boix%20palop.%20rep%20131.pdf>

López García, Guillermo (2006). "Comunicación digital y líneas de fractura en el paradigma de la agenda setting". *Doxa Comunicación*, n°. 4. pp. 37-58. Disponible en [http://www.uspceu.com/usp/doxa/doxaIV/comunicacion\\_digital.pdf](http://www.uspceu.com/usp/doxa/doxaIV/comunicacion_digital.pdf).

López García, Guillermo (2006), "Comunicación en red y mutaciones de la esfera pública". *Zer* n° 20. pp. 231 - 249. Disponible en [http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20\\_15\\_lopez.pdf](http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20_15_lopez.pdf)

Jejen, (2018) Discurso político en Colombia: análisis de la campaña en el plebiscito por la paz 2016, recuperado en :

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/12578/2018erikajejen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad de Bolívar (2018) Sistema político, Disponible en: <http://www.solidaritat.ub.edu/observatori/esp/colombia/datos/sistema1.htm#anchor225592>

Falla, (2018). *“El enigma de la política colombiana”* Revista Las Dos Orillas. Disponible en: <https://www.las2orillas.co/el-enigma-de-la-politica-colombiana/>

Aguilar, Duarte & otros. Diseños no experimentales transversales, transversales descriptivos y exploratorios. <https://es.slideshare.net/uabcpsique/diseos-no-experimentales-transversales-transversales-descriptivos-y-exploratorios>

<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/mod/page/view.php?id=34092>









