

**ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LAS NOTICIAS SOBRE LA REFORMA TRIBUTARIA
DEL GOBIERNO DE GUSTAVO PETRO PUBLICADAS EN EL PORTAL WEB DEL
PERIÓDICO EL COLOMBIANO**

**ELIZABETH GALLEGO RESTREPO
MARÍA CRISTINA MONCADA TABORDA**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN
2022**

**ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LAS NOTICIAS SOBRE LA REFORMA TRIBUTARIA
DEL GOBIERNO DE GUSTAVO PETRO PUBLICADAS EN EL PORTAL WEB DEL
PERIÓDICO EL COLOMBIANO PUBLICADAS ENTRE EL 7 Y EL 21 DE AGOSTO DE
2022**

**ELIZABETH GALLEGO RESTREPO
MARÍA CRISTINA MONCADA TABORDA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE COMUNICADORAS
SOCIALES**

**ASESOR
JHONNY ALEJANDRO AGUDELO CALLE
DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN**

2022

ÍNDICE

1.	5	
2.	6	
3.	6	
4.	9	
5.	9	
5.1	Objetivo general	9
5.2	Objetivos específicos	10
6.	10	
7.	12	
7.1	Estudios sobre medios	12
7.2	Estudios sobre el discurso	14
7.3	Estudios sobre reforma tributaria	15
7.4	Estudios sobre análisis de discurso en medios	19
8.	21	
8.1	Análisis del discurso	22
8.1.2	Actor discursivo	24
8.1.3.	Discurso	26
8.1.4	Análisis del discurso desde el contexto: teoría del framing	29
8.1.4.1	El encuadre a partir del emisor	32
8.1.5	Análisis del discurso en noticias	33
8.2	La noticia: estructura y fuentes de información, elementos del análisis del discurso	36
8.2.1	La noticia	36
8.2.2	Estructura de la noticia	39
8.2.2.1	Titular	40
8.2.2.2	Lead	40
8.2.2.3	Cuerpo de la noticia	41
		3

8.2.3 Las fuentes de información	42
8.2.3.1 Fuentes oficiales	43
8.2.3.2 Fuentes no oficiales	43
8.2.4 Noticias económicas	44
8.3 Reforma tributaria	46
8.3.1 Impuesto	48
9. 49	
9.1 Tipo de estudio:	51
9. 2 Alcance:	52
9.3 Sujetos, comunidades, u organizaciones de estudio:	53
9. 4 Técnicas de recolección de la información	54
9.5 Análisis de los datos:	56
9.6 Consideraciones éticas	56
10. 54	
10.1 <i>Framing</i> favorable y desfavorable	56
10.2 Estructura	64
10.2.1 Titulares	64
10.2.2 Fuentes de las noticias	65
10.3 Imagen	69
10.4 Estructura textual	72
11. CONCLUSIONES	74
12. REFERENCIAS	77

1. RESUMEN

El presente trabajo es un análisis de discurso hecho a partir de las noticias publicadas en el portal web del periódico El Colombiano entre el 7 y el 21 de agosto de 2022 relacionadas con la reforma tributaria propuesta por el Gobierno del primer presidente de ideología de izquierda de Colombia, el señor Gustavo Petro Urrego (Presidente 2022 - 2026).

El principal objetivo del análisis es identificar los elementos del discurso que dan una idea de la manera en que el medio transmite la información relacionada con la reforma tributaria. Para ello el estudio se sustenta en dos teorías que se han abordado desde la psicología y la comunicación: la teoría del *framing* o encuadre y la teoría del análisis del discurso de Van Dijk. Ambas se enmarcan en el enfoque cualitativo de la investigación, pues no se pretende cuantificar la información, sino interpretarla para describir y explicar fenómenos sociales como los que se producen gracias a los medios de comunicación.

Con base en lo anterior se propone una matriz de análisis en la que convergen las dos teorías y se plantean dos secciones: el *framing* y la estructura. La primera permite comprender el enfoque que El Colombiano da a las noticias y la segunda posibilita el análisis del discurso por medio del titular y las fuentes de información, elementos indispensables de la labor periodística.

Ahora bien, con base en los resultados del análisis, se llega a la conclusión que las noticias sobre reforma tributaria del periódico El Colombiano reflejan la posición del medio, pues se trata de un periódico de derecha y la mayoría de las noticias muestran una crítica frente a la reforma. Lo anterior se deduce con base en el tipo de fuentes que se utilizan, los temas, la forma en que se presentan los titulares y las imágenes que acompañan las noticias.

2. PALABRAS CLAVE

Análisis del discurso, noticias, reforma tributaria, prensa digital.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El 7 de agosto de 2022 se posesionó el Presidente de la República de Colombia Gustavo Petro Urrego, quien representa el primer gobierno de izquierda en la historia del país. Al día siguiente de su posesión, el 8 de agosto, el gobierno radicó ante el Congreso de la República, a través del Ministerio de Hacienda encabezado por José Antonio Ocampo, la *Reforma tributaria para la igualdad y la justicia social*, como fue nombrada oficialmente.

Con esta reforma tributaria se pretenden recaudar 25 billones de pesos para 2023, lo que equivaldría a un 1.72% del PIB (Producto Interno Bruto) de acuerdo con el documento presentado por el Ministerio, el cual consta de 130 páginas.

Entre los principales puntos que plantea, se encuentran la reducción de beneficios para los colombianos que devenguen por encima de los 10 Salarios Mínimos Legales Vigentes, el impuesto a las bebidas azucaradas y erradicar el día sin IVA (Impuesto de Valor Agregado), una iniciativa del Gobierno anterior.

Al respecto, los medios de comunicación le han hecho seguimiento a todo lo que gira en torno a la reforma tributaria. La forma en que los medios transmiten esa información está relacionada con el discurso que proponen, es decir, el lenguaje, el tono que se utiliza, entre otros aspectos. Hablando de la forma en que se dan a conocer las noticias y su incidencia en la sociedad “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” (Califano, 2015, p. 62).

El problema radica en que, en el discurso de las noticias, pueden existir elementos que indiquen una intención por parte del medio, pues de la forma en que se presenta la información, las fuentes y los mecanismos de la investigación periodística, se puede inferir la intención del mensaje, teniendo en cuenta que los medios suelen tener una postura política que puede interferir en la estructura y el contenido de las noticias (Van Dijk, 2000), siendo El Colombiano un periódico que desde su fundación por Francisco de Paula Pérez ha sido un medio empañado por la política del país.

En 1912 el doctor Francisco de Paula Pérez fundó el periódico El Colombiano, paralelo a esto trascendió en su carrera política y posteriormente fue un reconocido abogado graduado de la Universidad de Antioquia, senador, ministro de hacienda y militante del partido conservador. (Palacio, 2002).

Lo anterior significa que aspectos como el tipo de fuentes que citan (testimonial, oficial, de experto, entre otros), las preguntas de la investigación y la terminología del discurso, sí dan un indicio del mensaje que el medio transmite a través de su discurso sobre la reforma tributaria, un tema de interés público, pues afecta directamente a los ciudadanos consumidores del medio.

De ahí que el estudio del discurso de las noticias, relacionadas con la reforma tributaria presentada por el Gobierno del Presidente Gustavo Petro, permite conocer los elementos que se utilizaron en la investigación de las noticias e inferir la intención con la que se construyó ese discurso. Es por eso que el objeto de esta investigación está constituido por las noticias que se

publicaron en el portal web del periódico El Colombiano durante el primer mes de gobierno de Petro.

En toda su historia el país ha vivido inmerso en problemáticas políticas, económicas y sociales que se han convertido en objeto de estudio del área de ciencias sociales. El contexto sociocultural y económico del país propicia la publicación de noticias diarias que influyen en la toma de decisiones.

En la actualidad, el país se encuentra en un proceso de cambio político. La carrera presidencial de Gustavo Petro Urrego comenzó en 2010, aunque su nombre era conocido en el ámbito político desde 1991 cuando llegó a la cámara de representantes luego de su salida del grupo armado M19. Desde los comienzos de su carrera política, los medios de comunicación han jugado un papel importante en la percepción de las posturas del primer presidente abiertamente izquierdista de la historia de Colombia. Ruano, (2013) en su estudio sobre el papel de los medios de comunicación en las elecciones a la alcaldía de 2011, debate entre la influencia de los medios en las elecciones que combatían Gustavo Petro Urrego y Enrique Peñalosa, elecciones que posteriormente fueron ganadas por Petro pero que se vieron empañadas por agendas mediáticas “Los medios ayudan a formar una opinión pública que aprueba o no las ideas de los aspirantes y que logra unirse para que sus intereses sean escuchados por los aspirantes a las elecciones” (pg 35).

Por otra parte, retomando el tema de los medios de comunicación, cabe considerar que el tema de la reforma tributaria ha tomado protagonismo, pues es un punto importante de la agenda informativa en tanto que constantemente hay acontecimientos alrededor del tema y, además, es un asunto que compete a todos los colombianos.

El Colombiano, medio regional de Antioquia con distribución en todo el país, no fue la excepción. Desde la postulación del presidente Gustavo Petro, el medio ha hecho cubrimiento periodístico del tema constantemente. Para efectos del análisis es conveniente observar propiamente El Colombiano teniendo en cuenta que, de acuerdo con la Federación Colombiana de Periodistas, desde la fundación de este medio en 1912, se ha definido como un medio conservador que de una u otra forma se encuentra a favor de la corriente ideológica de derecha.

Ahora bien, con la posesión del primer Gobierno de izquierda en la historia de Colombia, es conveniente, para el estudio de la comunicación, analizar la manera en que un medio de derecha presenta las noticias de un Gobierno de izquierda. Es aquí donde surge la inquietud de si el medio deja entrever su línea política o si, por el contrario, presenta la información desde todos los ángulos.

4. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo fue el discurso de las noticias sobre la reforma tributaria presentada por Gustavo Petro publicadas en el portal web del periódico El Colombiano desde 7 hasta el 21 de agosto de 2022?

5. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

5.1 Objetivo general

Realizar un análisis del discurso del portal web del periódico El colombiano sobre la reforma tributaria del Gobierno de Gustavo Petro durante el periodo del 7 al 21 de agosto de 2022.

5.2 Objetivos específicos

- Exponer el tipo de enfoque (favorable o desfavorable) de las noticias publicadas en el portal web del periódico El Colombiano, con base en el tratamiento de las fuentes y la estructura de la noticia.
- Interpretar la forma en que el periódico El Colombiano, a través de su portal web, estructura y organiza la información de las noticias sobre la reforma tributaria mediante el titular, las fuentes de información y las imágenes.

6. JUSTIFICACIÓN

Los medios de comunicación juegan un papel importante en las percepciones que tienen los lectores sobre lo que sucede en la realidad. Con el advenimiento de cada tecnología, se produce en la sociedad un fenómeno cultural que trasciende diferentes aspectos de la vida, como bien lo plantea Martín Barbero (1998). De ahí la importancia de conocer, investigar y, sobre todo, comprender la forma en que los medios de comunicación estructuran la información y transmiten el mensaje en las noticias a través de un análisis crítico del discurso.

Realizar un análisis consciente desde la crítica del discurso se hace no solo pertinente, también necesario para comprender de una manera más clara las realidades y los fenómenos socio-políticos y económicos a fin de comunicar de manera imparcial las noticias de interés nacional. Bien lo plantean Fairclough y Wodak (1994 como se citaron en Dijk 1999, p.24):

1. El ACD (Análisis Crítico del Discurso) trata de problemas sociales.
2. Las relaciones de poder son discursivas.
3. El discurso constituye la sociedad y la cultura.

4. El discurso hace un trabajo ideológico.

5. El discurso es histórico.

6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediato. (p.24)

Ahora bien, es importante reconocer que el discurso sobre noticias del ámbito económico tiene importantes implicaciones sociales en cuanto a la forma en que los públicos interpretan el contenido de dichas noticias.

Su difusión puede traer consecuencias trascendentales para el devenir económico de un país. Los periodistas económicos manejan datos relevantes sobre el mundo financiero, laboral, fiscal e industrial de máxima trascendencia para el devenir económico de empresas, personas y del propio país. Tal es así que puede afirmarse que hoy, la información económica es el centro neurálgico de la información política y que la una no se puede analizar sin la otra. (Calvo, 2011, p. 598).

Partiendo de ahí es válido afirmar que el análisis del discurso de las noticias es más que necesario porque permite hacer pensar los medios de comunicación de una manera crítica entendiendo que el impacto de los medios trasciende en la medida que su contenido es consumido por los públicos.

Ahora bien, en el contexto de la realidad colombiana hablar de reforma tributaria es importante en la comprensión de un tema que atañe directamente a la población. Verlo desde la perspectiva de los medios de comunicación permite reflexionar sobre el discurso que llega directamente a las masas, es decir, a los públicos. En el caso de la prensa escrita se puede identificar claramente

mediante el uso de técnicas de análisis, los elementos del discurso. De ahí que este trabajo se centre en el discurso de la prensa.

Por último, vale la pena considerar que el presente análisis de discurso es un aporte a los estudios de la comunicación, puesto que permite comprender la manera en que el medio de comunicación transmite sus noticias, lo que se convierte en una postura respecto a la forma de hacer periodismo, en este caso del periódico El Colombiano, entendiendo a partir de la teoría de *framing* y la teoría del análisis de discurso de Van Dijk, los elementos existentes en la información periodística: la estructura de la noticia, la utilización de las fuentes, las imágenes y los titulares.

La educomunicación es un campo de estudio interdisciplinar que permite, a través de diferentes procesos, comprender la realidad que nos rodea e impactarla. Es allí donde el análisis de la información de los medios se convierte en un recurso válido e incluso necesario para plantear análisis a conciencia que posibilite nuevas perspectivas y escenarios en los ámbitos académicos y sociales. De ahí que este trabajo sea una apuesta desde la línea de la comunicación - educación y se desarrolle dentro de la sublínea comunicación y medios como una propuesta que busca contribuir a la visión crítica y argumentada de los medios de comunicación entendiendo su importancia e incidencia en los contextos sociales e interpersonales.

7. ANTECEDENTES

7.1 Estudios sobre medios

A principios del siglo XX, cuando los estudios en comunicación empezaban a dar forma, no se veía en los medios de comunicación una interacción. Todo lo contrario, en ese entonces, la teoría de la aguja hipodérmica cobró protagonismo, entendiendo que los medios inyectan la información

de tal forma que manipulan a los públicos, viéndolos como entes pasivos que simplemente reaccionan a la información sin que haya retroalimentación.

En la Escuela de Palo Alto, posteriormente, los campos de la psicología y la psiquiatría realizaron grandes aportes al estudio de la comunicación planteando que las afectaciones de los seres humanos pueden deberse al lenguaje. Gregory Bateson plantea en 1968, desde el campo de la psiquiatría, interpreta los diversos aspectos de la comunicación humana procurando una síntesis entre el paradigma cibernético, la etiología (estudio del comportamiento de los animales) y la interacción humana, demostrando que los trastornos de la mente son fundamentalmente trastornos del lenguaje. La comunicación aparece como la matriz de todos estos fenómenos (Karam, 2007 citado en Moragas 2011, p. 95). El interaccionismo simbólico plantea que en las relaciones sociales se crean símbolos o imágenes representativas de un colectivo. Para Karam (2007), interpretar la comunicación, se explican las premisas del concepto:

- a) Los seres humanos actúan de acuerdo con el significado que le atribuyen a las cosas.
- b) Los significados surgen de la interacción entre las personas, del yo con el otro.
- c) Los procesos de interpretación son adaptativos, en el sentido de que las personas interpretan las cosas para adaptarse positivamente a su entorno.

El concepto de *frame* comienza a emplearse para explicar las razones psicológicas que llevan a una persona a tomar ciertas decisiones. Hoy en día el planteamiento de la escuela de Palo Alto cobra sentido al analizar la neurolingüística que pretende entender la mente del público objetivo para promover estrategias políticas y comerciales. Es ahí donde el interaccionismo entiende que la

manera en que el sujeto recibe la información no depende tanto de la intención de los medios como de la interpretación que se le dé a esa información.

7. 2 Estudios sobre el discurso

En el estudio de las ciencias sociales el discurso ha sido objeto de miradas desde diferentes perspectivas. La lingüística, la comunicación y la historia son algunas de las ciencias y campos de estudio que se han preocupado por entender el discurso en sus diferentes dimensiones. Fue en 1960 cuando el concepto de discurso empezó a tomar fuerza en la academia como un estudio interdisciplinario que podía ayudar en la comprensión de diferentes fenómenos sociales (Van Dijk, 2000).

Sin embargo, también es válido afirmar que si bien fue en 1960 que el estudio del discurso tomó forma, anteriormente se habían hecho planteamientos y aproximaciones. Cabe resaltar que antes de hablar propiamente de discurso, las ciencias sociales se ocuparon de estudiar el lenguaje: su estructura, importancia e incidencia social, lo que le dio al lenguaje un aspecto profundo que de cierto modo lo antecedió como el eje del discurso y su análisis. Un claro ejemplo de ello son las aportaciones de Heidegger para quien la noción de lenguaje implica “las dimensiones cognitiva y comunicativa, por conservar una búsqueda de la esencia del lenguaje, mantiene una suerte de razonamiento objetivista y, en consecuencia, conservador de la tradición de la filosofía del lenguaje” (Pardo, 2003, p. 24).

Otro antecedente de los estudios del discurso se encuentra en la Escuela de Fráncfort que hizo una crítica a los discursos sociales, políticos y económicos que hasta entonces imperaban en la academia.

Más adelante el trabajo de Jürgen Habermas (1981) toma relevancia en los estudios de lenguaje, pues profundiza su función en la sociedad, entendiendo que el lenguaje no es meramente un instrumento, sino un aspecto fundamental de la interacción social.

La dirección tomada por Habermas en términos de centrar sus planteamientos en función de la comunicación encuentra obligado el abordaje del lenguaje como mecanismo fundamental de la comunicación humana y, en consecuencia, su consideración como práctica que permite la comprensión del mundo y su realidad (Pardo, 2003, p.28).

Más adelante, Teun A. Van Dijk presenta las bases teóricas del análisis del discurso entendiéndolo desde todas sus dimensiones y planteando el análisis crítico por medio de la búsqueda e interpretación de los mensajes del discurso en la construcción de elementos que permiten observar fenómenos como la manipulación y el poder en textos discursivos como lo son las noticias de prensa.

7. 3 Estudios sobre reforma tributaria

Para tener un contexto más exacto sobre las Reformas Tributarias (RT) en Colombia, es necesario hacer una pequeña síntesis sobre las circunstancias que acompañaron estas reformas, debido a que las noticias son una descripción de la realidad. Lo que se especifica en el contexto político y social es basado en las noticias de diarios colombianos y su manera de plasmar lo ocurrido, esto, acompañado de estudios de economistas que determinan cómo los contextos han sido atacados por cada reforma tributaria.

Con el cambio de constitución política, Colombia ha sido testigo de 21 reformas tributarias. En 1990 con Cesar Gaviria comenzaron los proyectos en búsqueda de resarcir el déficit fiscal, la Ley 44 instauró un sistema de tarifas flexibles para el impuesto predial unificado.

Cesar Gaviria se enfocó fuertemente en el mercado y la iniciativa privada para fomentar el crecimiento económico y social. Se profundizó en la descentralización aumentando el tamaño del Estado, se consolida la apertura económica, se reestructura el sector financiero (Ley 45/90), se da la reforma al endeudamiento (Ley 51/90), la reforma cambiaria (Ley 51/91), la independencia del Banco de la República (Ley 31/91), se reglamentan las transferencias en salud y educación (Ley 60/93) y la reforma pensional (Ley 100/93); sin embargo, los problemas internos de seguridad provocaron inversiones forzosas mediante bonos de desarrollo y seguridad para compensar los ingresos.

Para el periodo del mandatario Ernesto Samper Pizano (1994-1998), el país estaba en un momento en que el ciclo económico se encontraba en su punto máximo, pero se presentó un deterioro del ahorro privado y una revaluación de la moneda; el manejo del gasto de la administración anterior no fue el adecuado por múltiples factores y aunque se tenía crecimiento se recortó el presupuesto público y se modificó el Sistema Tributario.

Bajo el mandato de Andrés Pastrana (1998-2002), el objetivo de política económica era sanear las finanzas públicas, pero la economía entró en recesión, lo que afectó fuertemente los recaudos tributarios; además, el sector financiero empezó a tener problemas de liquidez; se presenta especulación en el mercado cambiario (sistema de bandas cambiarias) lo que provocó que el valor del dólar subiera al igual que la tasa de interés, ocasionando morosidad en el sector financiero; a su vez, se incrementó el gasto público con deficiente asignación y financiado con deuda debido a la caída en el producto interno, lo que ocasionó que los recaudos tributarios se deterioraron fuertemente, por lo que el déficit fiscal fue difícil de controlar.

Para el primer mandato de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006), la prioridad fue la seguridad, fortalecer las finanzas públicas y plantear las reformas pendientes en materia pensional y reestructuración de las entidades del Estado, para alcanzar el superávit y controlar el endeudamiento público; había problemas de financiamiento debido al cierre del mercado monetario internacional y a la volatilidad del crédito interno. Las primeras medidas se tomaron según las recomendaciones de la Misión del Gasto, la Contraloría y la CEPAL para la modificación de la estructura del ST, que permitiera un mejor flujo de ingresos.

La discusión tanto en la prensa como en las calles y las urnas, giró en torno a la teoría de la redistribución de la riqueza, la regresividad de ciertos tributos y sobre las bondades de la tributación directa (vs) la tributación indirecta; a su vez también se prendió la polémica sobre si se debería guiarse bajo tributación o financiación extraordinaria.

Para el segundo mandato de Uribe Vélez 2006-2010, se consolida una política de disciplina y de responsabilidad fiscal en los fondos de inversión gracias a que las Leyes 358/97, 550/99, 617/00 y 819/03 ayudaron a construir el superávit fiscal y a reducir el saldo de la deuda territorial. Pero con el incremento de la inversión pública en obras físicas y el aumento de cobertura en salud se amplió más el gasto y terminó incidiendo en las finanzas públicas nacionales; además, los incentivos tributarios favorecieron al sector industrial y la política de seguridad absorbió buena parte del presupuesto incidiendo sobre el déficit.

Para 2008 la crisis mundial terminó afectando la economía, pero en menor proporción a otros países; el crecimiento se vio afectado casi durante todo el 2009, la inversión, la demanda interna y el comercio exterior cayeron significativamente, afectando notoriamente los ingresos tributarios. Hay

que resaltar que la política contra cíclica permitió que la economía alcanzará un crecimiento positivo para el último trimestre de 2009 y durante el 2010 (Acosta et al., 2014).

Durante el mandato de Juan Manuel Santos Calderón (2010-2018), el país venía precedido de altas tasas de crecimiento económico, se habían asumido las reformas laborales y tributarias según las recomendaciones de los entes multilaterales, se había llegado a recibir una muy buena participación de inversión extranjera directa. Sin embargo, el cierre del comercio con Venezuela, el freno al crecimiento económico, resultado de la crisis financiera internacional y una tasa de empleo informal muy alta, generó que se aplicaran medidas muy fuertes a nivel fiscal. (Suárez, 2018)

Por otra parte, se prioriza lograr el Acuerdo de Paz con las FARC y el acceso del país a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). En ambos frentes, se requirió de fuertes ingresos y por ende las RT de sus mandatos fueron muy regresivas y la sostenibilidad fiscal se deterioró porque le tocó enfrentar momentos de turbulencia política y social.

Finalmente, en el periodo de 2018-2022 Iván Duque Márquez, buscó corregir la tendencia del endeudamiento que se traía del gobierno de Santos, pero las RT planteadas fueron retiradas por el *descontento social* que generaron en su momento, la polémica suscitada ocasionó desorden social por lo que el país tuvo que navegar con los ingresos limitados ante la crisis que se vivía por la pandemia por Covid-19, lo que afectó fuertemente las arcas públicas, incluso no logró culminar su Plan de Desarrollo porque debió colocar más atención a cubrir necesidades sociales para sostener la economía.(Portafolio, 2021)

Según Rozo & López, 2014 en su estudio *Análisis de las reformas tributarias en Colombia en el marco de los años 2006 al 2012: una mirada crítica hacia el principio de equidad*. “la actual estructura tributaria colombiana está lejos de alcanzar todo su potencial de recaudación y contribuir al desarrollo socioeconómico del país de manera significativa ya que habría que enfocarse en los bienes públicos esenciales como lo son la educación, salud, vivienda y seguridad, así como la provisión del capital público base para complementar las inversiones del sector privado entre las cuales están la construcción de carreteras, puertos, seguridad, entre otros. Esta opinión la comparten los resultados del artículo *¿Han sido eficientes y exitosas las reformas tributarias en Colombia en el período 1990-2009?* por Acosta et al., 2014 donde determinan que las reformas tributarias desde 1990 hasta 2009 no han sido exitosas.

7. 4 Estudios sobre análisis de discurso en medios

Para hacer énfasis en los estudios sobre análisis de discurso necesitamos plantearlos desde el dónde, es decir, donde se es publicada esta información. Dicho esto analizamos ese discurso desde el portal de noticias web de El Colombiano el cual contiene varios segmentos de noticias, nuestra premisa a la hora de revisar el material entre las fechas del 7 al 21 de agosto de 2022.

Ahora bien, conviene observar algunos estudios sobre el análisis del discurso desde el contexto de medios de comunicación en Colombia para comprender los aportes que hasta ahora este tipo de análisis y han hecho al campo de la comunicación y entender, sobre todo, cuál es su impacto y alcance con base en la propuesta metodológica propia de esta teoría.

Para ejemplificar lo dicho anteriormente se va a exponer el estudio titulado *Análisis del discurso de las noticias sobre el conflicto armado del periódico el colombiano en medio del proceso de paz en el año 2015* realizado por Amaya y Pérez (2018).

La propuesta de ellos es un análisis interpretativo que permite, a través de la observación de las fuentes periodísticas, la temática y el enfoque, determinar el discurso del periódico El Colombiano: su mensaje, significado e implicaciones interpretativas.

Así pues, el objetivo general del estudio es “Analizar el discurso difundido en las noticias sobre el conflicto armado en el periódico El Colombiano en medio del Proceso de Paz en el año 2015 durante el mes de octubre”. (Amaya y Pérez, 2018, p. 14).

La metodología que se empleó en el trabajo de Amaya y Pérez fue la del análisis del discurso en medios de comunicación planteada por el autor Van Dijk, a través de la cuál establecieron las categorías y subcategorías de la matriz de análisis. En cuanto a los resultados se halló lo siguiente:

El uso prioritario de las fuentes oficiales en las noticias de El Colombiano es del 68 %, seguido de las fuentes testimoniales, que tuvieron una presencia del 18 %, las fuentes expertas están presentes en un 14 % y, por último, las fuentes documentales con un 3 %. El cubrimiento noticioso del conflicto armado necesita investigación, lo que necesariamente indica al periodista que debe procurar escuchar a las diferentes ‘caras’ de la noticia; se encontró que se excluye de esta a los expertos (38 %), las víctimas del conflicto armado (35 %), la oposición de izquierda (13 %), las voces del Estado que explicaran o verificaran rumores sobre el Proceso de Paz (10 %) y la oposición de derecha (3 %). (Amaya y Pérez, 2018, p. 61).

Además, los autores señalan en el trabajo que en el periódico El Colombiano no se contextualiza la información, pues no se menciona la historia y el origen del conflicto. Es de destacar que esta investigación es un buen recurso para el análisis de discurso sobre reforma tributaria, pues en los estudios coinciden en sus puntos más importantes: el análisis de discurso y el medio de comunicación, es decir, el periódico El Colombiano. De ahí que haya puntos de

convergencia que permitan comprender de una manera holística y consecuente la forma en que este medio transmite la información a través de sus noticias.

Por último, conviene mencionar que ambos estudios, con variaciones claro está, se sustentan en gran medida en la teoría de Van Dijk, por lo que aspectos como el papel de las fuentes en las noticias se convierte no solo en un punto común, sino en un referente.

8. MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

Para realizar un análisis de discurso adecuado de las noticias sobre la reforma tributaria publicadas en el portal web del periódico El Colombiano, es preciso considerar tres aspectos fundamentales: en primer lugar es necesario comprender el concepto de análisis de discurso como una propuesta académica y metodológica que permite, desde diferentes disciplinas, conocer los elementos discursivos de un individuo y una sociedad. En segundo lugar, vale la pena ahondar en el concepto de noticia entendiendo su definición, estructura y trascendencia en lo sociocultural. Por último, es conveniente comprender lo que significa una reforma tributaria y su papel en el periodismo económico.

8.1 Análisis del discurso

Antes de conceptualizar el análisis crítico del discurso, es importante aclarar que no necesariamente un análisis de discurso es crítico. Hacer un análisis es encontrar relaciones en los elementos de los textos: el título, las palabras, las ideas, entre otros; mientras que el análisis crítico implica comprender el contexto y las posibles formas de manipulación o relaciones de poder que pueden estar inmersos.

De ahí la importancia de analizar el discurso con el fin de hacer una lectura de la realidad desde un punto de vista académico. Lo anterior significa que el análisis crítico del discurso es un mecanismo utilizado por diferentes disciplinas para interpretar la realidad. En palabras de Van Dijk el análisis crítico del discurso es una investigación que estudia “primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (Van Dijk, 1999, p. 23).

Este análisis es la apuesta de la academia por hacer consciente el lenguaje del que se apropia el discurso y que es utilizado por medios de comunicación, en este caso, con una intencionalidad que se puede leer entre líneas.

Para las ciencias sociales, el análisis del discurso es un recurso interdisciplinario que no solo estudia a los medios de comunicación y lo escrito, sino que permite comprender otro tipo de discursos que se basan en el lenguaje, como el habla, por medio de la interacción. De ahí que su enfoque suele ser político y social. Ahora bien, para precisar el concepto de discurso es válido afirmar que:

El análisis crítico del discurso se ha ido convirtiendo en la denominación genérica que se aplica a un planteamiento especial dedicado a estudiar los textos y el habla y que emerge de la crítica lingüística, la crítica semiótica y, en general, del modo sociopolítico consciente y opositor en que se investigan el lenguaje, el discurso y la comunicación (Van Dijk, 1997, p. 15).

Es por eso que para hacer un análisis del discurso es importante tener varios aspectos en cuenta: en primer lugar el análisis lingüístico está orientado a la terminología que se utilizan en este caso, de las noticias, teniendo en cuenta que al ser textos de tipo informativo tienen unas características particulares. En segunda instancia, el análisis se centra en el tipo de información (aquí es donde

toman relevancia las fuentes) y, por último se cuestiona por las implicaciones políticas y sociales del discurso. (Van Dijk, 1996).

De acuerdo con Pardo (2007) es válido afirmar que, para los estudiosos del discurso, el estudio comprende los siguientes aspectos: el conjunto de interacciones comunicativas propias de un grupo o sociedad, el contexto, la adopción del discurso como una práctica social, la cognición social y la funcionalidad. Es ahí donde conviene recalcar que el análisis abarca el discurso de una forma integral que comprende cada elemento del texto desde su estructura, significado y posibles interpretaciones.

Es válido afirmar entonces que el análisis del discurso logra reunir e interpretar las interacciones sociales, que pueden estar influenciadas por relaciones de poder en las que intervienen los medios de comunicación, entendiendo el discurso como una práctica social (Pardo, 2003).

En este punto es importante anotar que el análisis del discurso es ante todo un asunto pragmático más allá de lo teórico. (Van Dijk, 2000). Al estar inmerso en las ciencias sociales responde a unas necesidades específicas de contextos que de ninguna manera son estáticos, sino que, por el contrario, se dinamizan continuamente por los cambios que van surgiendo de generación en generación, lo que no significa que el estudio pierda vigencia con el tiempo; más bien permite la comprensión de realidades que enfrenta la sociedad desde siempre, pero que pueden cambiar dependiendo de diferentes factores como la época, la región y la cultura. De acuerdo con lo anterior es preciso anotar que respecto al análisis del discurso:

Su trabajo está más orientado a los problemas que a las teorías. El análisis, la descripción, desempeñan sin duda un papel, especialmente en la medida que permiten comprender mejor la desigualdad social basada en el género, la filiación étnica, la clase, el origen, la religión, el lenguaje,

la orientación sexual y otros criterios que definen diferencias entre las personas. (Van Dijk, 2000, p. 50).

En conclusión, el análisis del discurso es un estudio holístico y organizado que, mediante a diferentes herramientas del enfoque cualitativo de la investigación, interpreta, cuestiona y expone elementos que explican la forma en que el discurso interviene en el proceso de las interacciones sociales y, sobre todo, su influencia en la manipulación de la información; anotando que si bien el análisis del discurso en la prensa escrita es un ejemplo claro y certero del uso de discurso en entornos políticos, el análisis puede ir más allá e interpretar aspectos claves del lenguaje y la interacción social.

8. 1.2 Actor discursivo

Ahora bien, es imposible hacer un análisis de discurso sin considerar a su protagonista: el actor discursivo o sujeto. Este es el que construye el discurso en el que intervienen diferentes factores como la intencionalidad, el contexto y el mensaje. De ahí que entender al sujeto, desde su propia perspectiva, pero también desde lo que lo rodea, es una tarea primordial en el análisis.

Cabe mencionar que si bien el sujeto del discurso puede interpretarse de manera individual, lo cierto es que el discurso se entiende como una práctica social y, por lo tanto, el sujeto de análisis debe verse a la luz del contexto en el que se desenvuelve. En otras palabras, “Los sujetos discursivos construyen discursos en situaciones de enunciación concretas, en situaciones intersubjetivas moldeadas por el género discursivo característico de una práctica enunciativa social” (Torres, 2009, p.109).

Lo anterior quiere decir que el discurso es una construcción que realiza el sujeto a partir de varios elementos que configuran su identidad individual como actor discursivo, pero dan cuenta del medio que lo rodea. Eso significa que el actor discursivo es el resultado de procesos

internos y externos que tienen que ver con la forma en que interactúa con el medio y procesa la información. De ahí que el estudio del análisis del discurso sea enriquecido por diferentes disciplinas que ven al sujeto desde diferentes perspectivas.

Ahora bien, es preciso anotar que el sujeto, al estar inmerso en la realidad de la vida cotidiana, tiene múltiples opciones de enfocar su discurso. A eso se le conoce como encuadre, es decir, aquellos aspectos que el sujeto reconoce, comprende e interpreta:

El sujeto tiene múltiples oportunidades en su construcción discursiva y su identidad tendrá diferentes referentes que le aporten a su configuración. El sujeto se expresa, además, en sus relaciones interpersonales, las relaciones sociales, las instituciones políticas, las formas de acción colectiva y la posibilidad de dialogar con distintas esferas y con la propia en la que se desenvuelve su práctica social. (Torres, 2009, p.108).

Ahora bien, para comprender la posición del sujeto en la realidad y la forma en que hace encuadres de la misma, lo que en inglés se conoce como *framing*, la sociología y la comunicación han desarrollado la teoría del *framing* que permite conocer la formación de percepciones de la realidad y ha servido, especialmente, para analizar la manera en que los medios de comunicación elaboran encuadres.

8.1.3. Discurso

La capacidad argumentativa es inherente al ser humano, desde el proceso de formación cultural y social el ser humano desarrolla el carácter del hablante. La formación de oraciones con una estructura establecida que permite de formas involuntarias persuadir para un fin o transmitir una información. Es así como el discurso se establece en las bases cotidianas de la existencia humana, sin un concepto definido, pero, con un objetivo claro.

El concepto de discurso trae consigo diversas aristas que lo convierten en un objeto de estudio desde la lingüística, sociología, filosofía y la comunicación.

El discurso no es un concepto nuevo, se está hablando de discurso desde Aristóteles donde tomó relevancia en la sociedad y su influencia en la toma de decisiones “con el *ethos* y el *pathos* así como con el *logos*, ya que el objetivo del discurso es hacer creer algo al otro, de manera que este último esté en posición de deber creer” (Charaudeau, 2009, p 281). Siendo un objeto de estudio para la comprensión de la sociedad.

Michel Foucault (1987) en su obra *El orden del discurso* define que "en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad." (1987, p. 11). El discurso es una herramienta holística, objeto transformador y lingüístico, debido a las acciones y reacciones que pueden traer y a la formación de esquemas y paradigmas en la transmisión de un concepto o argumento. “El discurso es el acontecimiento del lenguaje.”(Ricoeur, 2003, p. 23) Según Ricoeur, la oración está compuesta por un conjunto de signos lingüísticos, semánticos, etimológicos y semióticos cuyo fin es la estructuración lógica del mensaje, por lo que es necesario distinguir entre semiótica, semántica, ciencia de la oración y la ciencia de los signos. Ahora bien, la unificación de estos elementos no son los únicos determinantes en la intencionalidad y en la recepción del discurso. “el sentido del texto es "rescatado" de la separación del distanciamiento y colocado en una nueva proximidad, proximidad que suprime y preserva la distancia cultural e incluye la otredad dentro de lo propio.” (Ricoeur, 2003, p.57)

Tanto Ricoeur como Foucault enmarcan la recepción del discurso en los antecedentes psicosociales de quien recibe y en la intencionalidad del emisor, si bien es cierto que sólo el

mensaje tiene una existencia temporal, la interpretación permanece en la realidad y la atemporalidad provocando reacciones y acciones determinantes en la historia y la cultura del sujeto.

“El discurso, concebido así, no es la manifestación, majestuosamente desarrollada, de un sujeto que piensa, que conoce y que lo dice: es, por el contrario, un conjunto donde pueden determinarse la dispersión del sujeto y su discontinuidad consigo mismo.” (Foucault, 2002, 90)

El discurso no debe ser entendido como una conversación entre el emisor y el receptor, partiendo de las unidades lingüísticas y semánticas pero comprendiendo la intencionalidad y la función de los actores comunicativos enmarcados en unos lineamientos estructurados pero con posiciones alejadas entre sí que determinando la individualidad del ser.

Sin embargo, dar una definición precisa del concepto del discurso es una tarea bastante compleja, tanto como lo es definir el lenguaje o la comunicación (Van Dijk, 2000).

De todas maneras, teorizar el discurso es necesario para entender los procesos humanos y sociales en los que hay una interacción mediada por sentidos e interpretaciones. Es válido afirmar entonces que en el significado del discurso “se encuentra una problemática profunda que va desde la manera como se asigna el sentido de un discurso, cómo este es comprendido y cómo es interpretado y culmina en el carácter socialmente compartido del trasfondo discursivo” (Pardo, 2003, p. 42).

En esta parte conviene mencionar que, si bien los estudios sobre el discurso se enmarcan en la academia, el discurso es un mecanismo de proyección sociocultural cuyas dimensiones son transversales en todos los aspectos de la vida humana.

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. (Calsamiglia y Tusón, 1999, p. 15).

En conclusión, el discurso es nexos entre el individuo y la colectividad, mediante el cual el ser humano encuentra sentido y significado a lo que lo rodea. Cabe mencionar que el discurso puede existir en diversos formatos y contextos y que su comprensión es fundamental para interpretar la realidad.

8.1.4 Análisis del discurso desde el contexto: teoría del framing

Todos los sectores de la sociedad se encuentran permeados por los medios de comunicación. Las noticias sobresalen en la labor periodística, con los conceptos de inmediatez y objetividad, sin embargo, durante los últimos años han surgido teorías que sacan la noticia de dichos conceptos ya que el esquema básico de la comunicación plantea al emisor, el receptor y el mensaje, para que la comunicación sea asertiva es necesario el canal y esto genera una respuesta retroalimentada que solo es posible gracias al signo; Pierce en 1988 plantea un esquema, una tríada similar donde hay objeto, signo, interpretante, y continua la retroalimentación constante; aquí se plantea una relación social o comunicativa simbólica entre signo y referente a través del significado. Es ahí donde cabe destacar que un mensaje que se recibe por medio de cualquier tipo de medio, tiene una repercusión importante en el sentido que se da a ese mensaje por parte de las audiencias.

Los estudios de la comunicación permiten comprender la forma en que los seres humanos interpretan su realidad e interactúan con ella. Es ahí cuando la comunicación converge con otras disciplinas o campos de estudio para comprender los fenómenos que se dan en torno al tema. Las ciencias sociales entonces trabajan de forma interdisciplinaria con el fin de observar los procesos humanos: identificarlos, definirlos, analizarlos e interpretarlos. Lo anterior se debe a que la

comunicación no se entiende como un proceso aislado e independiente, sino que se encuentra ligado a muchos factores que se explican desde la psicología, la sociología, entre otras disciplinas y campos de estudio.

A propósito del tema, antes de que la comunicación se apropiara del concepto y le diera una mirada desde los medios, en las ciencias sociales se empezó a estudiar lo que se conoce como *framing*, encuadre en español. El *framing* es una propuesta teórica y metodológica que explica precisamente la forma en que el hombre interactúa con su entorno a través de la interpretación y el relacionamiento con otros seres humanos. La psicología cognitiva introduce los estudios sobre *framing* a partir de los años 70 (Ardèvol, 2015) planteando que en ese proceso de interpretación de la realidad, el ser humano selecciona aspectos y les da un orden de importancia. Sin embargo, es Erving Goffman (1974) quien plantea el término desde la sociología y es allí donde se marca el precedente que tomaría la comunicación.

Cabe mencionar que el concepto de *framing* se ha discutido desde su aparición, por lo que establecer una definición conjunta del *framing*, en cuanto al alcance, la metodología y delimitación del objeto de estudio, no ha sido una tarea fácil, considerando que, además, la teoría sobre el *framing* se ha utilizado tanto en los estudios de la comunicación, como, por ejemplo en la sociología, en el concepto de interaccionismo simbólico.

Sin embargo, aunque la definición del concepto de *framing* se ha abordado desde diferentes perspectivas, desde una mirada general es válido afirmar que el *framing* es, de acuerdo con Entman (1993 como se citó en Ardèvol,):

Es un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir. (p. 424).

De una manera más concreta el concepto de *framing* se relaciona con la comunicación en tanto sea “posible aproximarse al encuadre a partir de su funcionamiento en la elaboración y tratamiento de la noticia, en las huellas que deja en el contenido y en los efectos que genera en la recepción por parte de la audiencia”. (Koziner, 2013, p.3). Lo anterior significa que el encuadre puede aplicarse de diferentes maneras de acuerdo con el contexto en el que se emplee. Lo cierto es que visto en conjunto, el encuadre o *framing* permite comprender la percepción de la realidad que se tiene desde los medios y desde las audiencias, teniendo en cuenta que no siempre el mensaje que interpretan dichos públicos concuerda con la intencionalidad del medio.

Esta teoría permite entonces debatir términos como objetividad e imparcialidad porque describe el enfoque que se les da a las noticias. Es decir que lo que determina el encuadre de una noticia es la información a la que se le da más relevancia o el tipo de contenido. Es decir, la fuente que se seleccionó, el verbo del titular o las conclusiones son ejemplos de los elementos que dan cuenta del encuadre en una noticia.

Cuando se habla de la teoría del *framing* se relaciona directamente con el texto, sin embargo, la noticia no sólo se conforma por el escrito. En la actualidad la noticia se relaciona directamente con la imagen utilizada, el encuadre permite jugar con la composición general de la noticia y afianzar las intencionalidades periodísticas en los receptores

Las reacciones emocionales y etapas mentales de procesamiento se inician más rápidamente con la percepción de las imágenes que con los elementos verbales. Esto facilita también un reconocimiento

más directo de los elementos visuales para la elaboración de analogías y el vínculo de la representación visual con los elementos de conocimientos ya existentes. (Dießelmann & Hetzer, s.f)

8.1.4.1 El encuadre a partir del emisor

Es válido afirmar que el encuadre es utilizado por los periodistas para dar sentido a la noticia, pues no es lo mismo entrevistar voces oficiales que a los directamente implicados en el hecho. Son dos encuadres diferentes del mismo tema. De ahí que los estudios sobre *framing* permitan identificar la intencionalidad y las repercusiones de las noticias y los medios en contextos sociales, políticos y culturales.

Con base en lo anterior se infiere que los *framings* o encuadres son fragmentos de la realidad que utiliza el periodista para elaborar la noticia. Ahora bien, no necesariamente en una noticia hay un solo encuadre. De acuerdo con Miceviciute (2013) dependiendo de la información, el tipo de fuentes y la estructura, una noticia puede contener varios encuadres que componen el mensaje periodístico.

En este punto cabe aclarar que, en el *framing*, las omisiones también juegan un papel importante, pues los detalles de la información o las fuentes que tienen que ver con el tema de la noticia que no son tenidos en cuenta en la construcción de la noticia, también dan cuenta del encuadre que se utiliza, es decir, del enfoque que el periodista o el medio considera pertinente mostrar. Es decir que “todo texto noticioso presenta omisiones, deliberadas o no, pues es imposible abordar un asunto desde todas sus perspectivas, utilizando todas las fuentes posibles y explicando el papel de todos los actores implicados directa e indirectamente en el problema” (Ardèvol, 2015, p.430).

En resumen, el periodista es quien construye el *framing* de la noticia desde que escoge el fragmento de realidad que va a mostrar. Es decir que:

Quando el periodista construye la noticia, cuando arma con palabras e imágenes la descripción de un aspecto de la realidad, realiza una selección de encuadre. Pero podría haber hecho otra, seleccionando otro aspecto diferente del asunto que ha de cubrir, empleando otras fuentes, otras construcciones sintácticas, otro léxico, utilizando otras fotografías, etc. (Ardèvol, 2015, p. 430).

No obstante, no todos los encuadres son iguales. De acuerdo con la información, la frecuencia, la temática, entre otros factores, existe una manera de clasificar el *framing*. Identificar los tipos de *framing* en una noticia permite realizar un análisis de discurso que entiende la noticia desde todas sus dimensiones.

8.1.5 Análisis del discurso en noticias

En este punto es importante entender la estructura y la forma del discurso de las noticias, entendiendo que el análisis de las noticias en la prensa representa un punto de partida para el conocimiento de las dinámicas de contextos sociales. Lo anterior se debe a que la mayor parte de nuestro conocimiento social y político, así como nuestras creencias sobre el mundo, emanan de las decenas de informaciones que leemos o escuchamos a diario. Es muy probable que no exista ninguna otra práctica discursiva, aparte de la conversación cotidiana, que se practique con tanta frecuencia y por tanta gente como son el seguimiento de noticias en prensa y televisión. (Van Dijk, 1997, p. 30).

De ahí que, a lo largo del estudio de la comunicación, se han prestado métodos y elementos conceptuales de ciencias como la lingüística para entender el discurso mediático desde diferentes perspectivas; empezando por su estructuración gramatical, pasando por la semántica que permite

la construcción de significados a partir de figuras como la metáfora, hasta lo pragmático que ubica al discurso en un contexto social, político y cultural.

En primera instancia se hace pertinente hablar de la estructura del discurso noticioso que se ha consolidado a lo largo de la historia del periodismo como una regla que los medios de comunicación siguen y que no interfiere directamente en la intención del mensaje.

En primer lugar, la noticia contiene un titular que generalmente sintetiza en una sola oración el mensaje de la noticia. En el análisis del discurso de las noticias es relevante tener en cuenta la estructura gramatical y la semántica del titular, en tanto que

Los titulares definen los aspectos más relevantes de los sucesos y resumen episodios recientes, a la vez que aportan a la información conceptual y epistémica que alimenta las estrategias de conocimiento, de la consecución de creencias y de la puesta al día de las mismas (Van Dijk, 1997, p. p. 135).

En segundo lugar, el discurso de la noticia está dado por lo que en el campo del periodismo se conoce como lead, es decir, se ubica en primer lugar la información general que compone la noticia, la cual se brinda respondiendo las siguientes preguntas: ¿qué sucedió? ¿Cuándo? ¿Quién o quiénes están implicados en el hecho? ¿Dónde ocurrió? ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Para qué?

Posteriormente la noticia se desarrolla con la información complementaria. Es allí donde ponen a dialogar a las fuentes (personales o documentales) que respaldan, amplían u opinan sobre los hechos. Ahora bien, en el análisis del discurso, es importante mirar con detalle la manera en que se presentan las fuentes, porque si bien las noticias son, o deben ser imparciales de acuerdo con los principios básicos del periodismo, el tipo de fuentes que un periodista escoja para una noticia puede interferir en la intencionalidad del mensaje.

Por ejemplo, en un acontecimiento noticioso como un robo o un accidente, no es lo mismo una fuente oficial, autoridades y entidades gubernamentales, que hablar con una víctima. De ahí que la interpretación del discurso de la noticia se encuentra mediada, en gran parte, por el manejo de las fuentes, lo que representa un aspecto importante del análisis del discurso, pues de las fuentes depende el valor de la noticia (Van Dijk, 1997).

En segundo lugar, partiendo del primer punto del análisis del discurso noticioso que es la estructura, es importante entender la construcción que el público realiza a partir de las noticias. Elementos como la memorización, la comprensión y la crítica son claves para entender lo que representa el discurso y sus implicaciones por medio del análisis, entendiendo que este proceso se encuentra mediado por las creencias, el lenguaje y el contexto en el que se desarrolla la noticia.

De acuerdo con Van Dijk (1997) existen dos formas de hacer un análisis del discurso de las noticias. La primera es lo que él llama un *análisis tradicional* que consiste en hacer una descripción de los elementos que se encuentran en la estructura del discurso, es decir, palabras, oraciones, párrafos y textos, como lo sería en la prensa escrita.

Ahora bien, un análisis crítico de las noticias implica poder entender la relación entre el poder, el lenguaje y la interpretación de los públicos. “El investigador podría ayudar a la explicación del significado social del discurso verbal, que circula en una cultura o en un grupo”. (Pardo, 2007. p. 119).

En resumen, para realizar un análisis crítico de las noticias, entendiendo que al mencionar el término crítico hay que ir más allá de la estructura de las oraciones y los párrafos, es preciso conocer la estructura de la noticia en tanto que allí se identifican elementos que dan cuenta de la intencionalidad del discurso. El uso de ciertos términos, la forma en qué se redacta el titular y el desarrollo de la noticia, son consideraciones clave en el análisis. Además el uso de las fuentes, de

experto, oficial, testimonial, confidencial, entre otras, es un factor trascendental, pues de ello depende el enfoque y la validez de la información.

8.2 La noticia: estructura y fuentes de información, elementos del análisis del discurso

8.2.1 La noticia

La noticia es un pequeño texto periodístico que recoge información considerada de especial interés o novedad. “La producción de la noticia es un proceso que se inicia con un acontecimiento. Pero no hay que entender el acontecimiento como algo ajeno a la construcción social de la realidad por parte del sujeto”. (Rodrigo Alsina, 1989). La noticia se convierte en una herramienta periodística que determina una percepción social, saliendo del encuadre simplista de retratar un hecho. El objetivo principal de las noticias es informar al público sobre un suceso que se considera de interés para la opinión pública, sin embargo, la noticia es diversificada y responde a los intereses del perfil editorial de los medios.

“los medios no actúan como un espejo que refleja simplemente lo que tiene ante sí, se entiende aquí la noticia como una construcción, y los medios, como actores que deciden, que siguen una política, que luchan con la falta de tiempo y con la limitación de recursos” (Retegui, 2017)

La noticia viene enmarcada en los procesos comunicativos sociales, se suele comprender el término noticia con objetividad y veracidad, sin embargo, la interacción en sí misma con el hecho y el lenguaje determinan una posición en el emisor:

El ámbito de la subjetividad guarda una relación de complementariedad con el mundo externo, el cual viene definido por el hecho de ser compartido con los demás. El mundo objetivo es un supuesto en común, como totalidad de los hechos, significando aquí «hecho» que el enunciado sobre la existencia del correspondiente estado de cosas puede considerarse verdadero. (Habermas, edición de 1999, vol. I., pp. 81)

La noticia posee diversos significados, como todo proceso de interacción humano, su definición es diversa y depende de diversos factores que ayuden a comprender su estructura e intencionalidad.

En general el concepto de noticia se puede definir como una forma particular de conocimiento, pero, este conocimiento es transmitido por los medios de comunicación, medios que funcionan como el canal de transmisión del mensaje.

Es innegable que los medios de comunicación desempeñan un papel muy importante en la construcción de los estilos de vida de una ciudadanía y en la forma en que el ser humano interactúa con su entorno y las afectaciones que se presentan en él. Es así como la cultura y las particularidades de un territorio influyen considerablemente en la recepción e interacción de una población con lo que se publica en los medios. De la misma manera cabe considerar que: “La hegemonía, como efecto de un proceso de identidad cultural mediática, fue una propuesta de Habermas. Para este autor la acción comunicativa traía también consecuencias para los derechos y obligaciones de la ciudadanía”. (Aguirre, 2011, p. 7)

De ahí que, como lo plantea González (2009) la necesidad de prestar atención a las formas de comunicarse y de interactuar con noticias sea evidente, pues es a través del análisis y de la observación que se establecen patrones de comportamiento y se identifican problemáticas que se abordan desde el ejercicio interdisciplinario.

Las noticias han sido banco de un sin número de estudios y análisis que se centran en su impacto y en la función que desempeñan en una sociedad. El valor informativo es un aspecto fundamental para el periodismo y los medios de comunicación porque son una forma de conectarse con las audiencias. Las noticias tienen una intencionalidad clara y en cada medio se transmiten de forma diferente, teniendo en cuenta que el tiempo en que la información llega a las audiencias y la forma

varía de un medio a otro aunque se esté hablando del mismo tema. Es ahí donde el medio hace parte de un proceso humano. En palabras de Díaz (2017):

La transmisión y difusión mediática de un acontecer informativo - en cualquiera de sus soportes escritos o audiovisuales, analógicos o digitales- , es, en primer lugar y sobre todo, un hecho de comunicación sistémica específicamente humana. Es la aportación de una información determinada desde un elemento-sujeto a otro, un sujeto de intencionalidad emisora que se dirige a un receptor público de modo simultáneo. (p.248)

El sistema educativo como otros factores sociales ha sido permeado por los medios de comunicación, hasta llegado el punto de implementar los productos periodísticos o de comunicación como material de trabajo en las escuelas, aparte las editoriales han donado o hecho asociaciones con instituciones educativas como La Prensa Escuela de El Colombiano o mostrar noticias para conocer un hecho histórico. Sin embargo, existen y se desarrollan continuamente fuentes de información como el internet que es global y masivo. Como se referencia en la radio, el cine y la televisión, si bien, siguen siendo medios de gran interacción, hoy en día, han perdido peso frente a un gigante como el internet, que almacena y cumple la función de todos y cada uno de ellos para los jóvenes de hoy en día. Pero esto no significa que se hayan dejado de lado y no puedan llegar a miles de personas, dependiendo de la importancia del mensaje para el espectador. De igual manera los libros han perdido un poco su alcance debido a la importancia ecológica creciente en las últimas décadas y acceso de material similar de manera digital. (Chirinos, 2019).

Las intervenciones mediatizadas por los medios de comunicación en la recepción de las audiencias tienen que ver con el ejercicio de educar a la ciudadanía para el desarrollo del pensamiento crítico o general acerca de un tema en emisión dado en noticias, reportajes y demás. (Ariza, 2015).

El paulatino crecimiento de la ciudad desdibuja, poco a poco, las relaciones de los individuos con su entorno. La plaza se convierte cada vez más en un escenario de poder.

8.2.2 Estructura de la noticia

Desde el principio del periodismo, en el área, se han establecido formas y estructuras que día a día se enseñan en las Facultades de Comunicación y Periodismo. Para la noticia existe una estructura definida que se convierte en una especie de plantilla que utilizan los periodistas para organizar la información. Independientemente del contenido de la noticia, esta estructura posibilita presentar la información dándole a los detalles de acuerdo con una jerarquía que generalmente va de lo más importante a lo menos importante. Es allí donde el análisis permite comprender el enfoque de una noticia, pues la forma en que se distribuye la información en la estructura, da cuenta de lo que el medio o el periodista busca transmitir.

Así pues la estructura de una noticia es la siguiente: primero se encuentra el titular, luego está lo que se conoce como lead y por último el periodista desarrolla el cuerpo de la noticia.

8.2.2.1 Titular

El titular es la primera parte de la noticia. Es un enunciado corto que responde al qué, es decir que resume en una oración el hecho que se presenta en el lead y el cuerpo. Su principal objetivo es atraer la atención del lector. Construir un buen titular es muy importante, ya que es este elemento el primero con el que se encuentra el lector y por lo tanto, se considera como una carta de presentación. Las palabras que se eligen en el titular y el concepto más importante del mismo es un claro indicio del enfoque de la noticia, de acuerdo con ello “Es necesario destacar que la noticia está encabezada principalmente por el título, que debe contener lo más importante de la

información, y constituir el principal punto de atracción hacia la lectura del texto”. (Yanes, 2003, p. 11).

Es válido afirmar entonces que el titular es parte fundamental de la noticia y aunque, en teoría puede considerarse imparcial pues responde al hecho, la terminología utilizada por el periodista es un elemento de análisis y comprensión.

8.2.2.2 Lead

Después del titular, en la noticia aparece el lead. El lead es el primer párrafo y allí se responden todas o casi todas las preguntas del hecho periodístico: ¿qué sucedió? ¿Cuándo? ¿Quiénes estuvieron implicados? ¿Dónde sucedió? ¿Por qué sucedió? ¿Para qué? ¿Cómo sucedió?

Al escribir el lead el periodista tiene una gran responsabilidad, pues “Si el título atrae, el lead debe confirmar el interés, por lo que es aquí donde deben estar resumidos los hechos de mayor relevancia, y expresar una o varias macroproposiciones temáticas del cuerpo informativo” (Yanes, 2003, p.11).

El lead constituye entonces la superficie de la noticia, aunque ello no quiere decir que su función no sea primordial, todo lo contrario. Lo que sucede es que en el cuerpo de la noticia se profundizan los detalles de la información.

8.2.2.3 Cuerpo de la noticia

En el cuerpo de la noticia se encuentran las fuentes de información. Son ellas las que, a través de su exposición, testimonio u opinión, configuran la profundidad de la noticia. Son ellas las que le dan la relevancia al hecho noticioso. Si bien no hay una manera preestablecida de desarrollar el cuerpo de la noticia, allí se citan las fuentes y el periodista hace una interpretación por medio del diálogo que crea entre dichas fuentes.

Para ahondar un poco más en el concepto de cuerpo de la noticia, es válido afirmar que:

El desarrollo del texto informativo es denominado episodio por Teun A. van Dijk, que considera, junto al comentario, la parte más importante de la información, pues relata en todos sus detalles cada uno de los hechos integrantes de la noticia anunciados en el resumen o encabezamiento. El episodio está compuesto de tres partes: el contexto (las circunstancias sociales y culturales del momento en que se produce el hecho noticiable), los antecedentes (los datos del pasado que pudieran estar relacionados con la información), y la historia (los hechos del pasado que han podido originar de forma directa o indirecta lo que ahora es noticia). En ocasiones, las distintas partes del episodio son difíciles de distinguir entre ellas, al expresarse de forma conjunta. (Yanes, 2003, P.12).

Ahora bien, es importante mirar a detalle las fuentes de información que consulta el periodista para elaborar la noticia, pues de ellas depende en gran medida el análisis del discurso.

8.2.3 Las fuentes de información

Las fuentes constituyen la columna vertebral de la noticia. Ellas son las que dan dirección frente a lo que el medio va a expresar, es decir el encuadre o *framing*. Vale la pena considerar que dependiendo del tipo de fuentes, la noticia adquiere legitimidad. Es por eso que las fuentes no pueden verse como mera información, sino que incluso el análisis del discurso de las noticias puede hacerse a partir de las fuentes.

De acuerdo con lo anterior, las fuentes se definen como el recurso de información y de análisis que utiliza el periodista para estructurar y enfocar la noticia, por lo que la trascendencia y la profundidad de la noticia es determinada por las fuentes. Ahora bien, para hablar de las fuentes es preciso afirmar que las fuentes

Obedecen casi siempre a una estrategia retórica y discursiva muy precisa, las fuentes no sólo ofrecen información, sino que además, con mucha (y creciente) frecuencia, esperan obtener un beneficio de su acercamiento a los periodistas. O, dicho de otro modo, las fuentes no acostumbran a aportar información a los periodistas por generosidad y altruismo (Mayoral, 2002, p. 94).

Como se ha dicho anteriormente no todas las fuentes tienen la misma validez. En teoría existe una clasificación mediante la cual, en el análisis del discurso, se puede deducir la intencionalidad y el propósito del periodista al producir la noticia. De ahí la importancia de conocer los tipos de fuentes y sus principales características. A grandes rasgos existen dos tipos de fuentes: las oficiales y las no oficiales.

8.2.3.1 Fuentes oficiales

Las fuentes oficiales son aquellas que representan una figura de autoridad del tema que se esté hablando en la noticia. Es decir que dependiendo del enfoque y los hechos, se definen las fuentes oficiales apropiadas para el caso. Por lo general este tipo de fuentes se ven representadas en entes gubernamentales, personas con altos cargos e instituciones, tanto públicas como privadas. Cabe mencionar que estas fuentes suelen aparecer por medio de comunicados o ruedas de prensa.

Las fuentes oficiales constituyen parte fundamental del ejercicio periodístico, pues son ellas las que, con base en su autoridad, tienen la información que se necesita para construir la noticia, teniendo en cuenta, claro está, que su posición es la del cargo o la institución, mas no la de ellos como individuos. Así que "Estas fuentes también atienden a los medios en sus demandas informativas, tanto para confirmar, desmentir o ampliar datos y suelen acudir a los periodistas especializados cuando tratan de difundir o "vender" determinados temas que a la propia institución le interesa". (Rodríguez, 2016, p.201).

Sin embargo, aunque las fuentes oficiales suelen ser imprescindibles en las noticias, no son suficientes para hacer una buena cobertura del hecho. Es preciso contrastar por medio de las fuentes no oficiales para darle a la noticia equilibrio.

8.2.3.2 Fuentes no oficiales

Como es de suponerse, las fuentes no oficiales son las que no representan una autoridad o una institución frente al tema del que trata la noticia. A diferencia de las oficiales, no representan el interés del cargo o la institución, sino que responden a intereses personales. Es decir que estas fuentes suelen ser las protagonistas de los hechos y las fuentes de experto, que si bien no están directamente implicadas, tienen una posición neutral del hecho de acuerdo con su experiencia y formación académica. Con base en lo anterior es válido afirmar que las fuentes no oficiales:

Comprenden tanto los testimonios directos o las fuentes primarias (autores, víctimas, testigos presenciales o policías que suministran datos de manera extraoficial), como las informaciones obtenidas de personas próximas a los protagonistas de los sucesos (familiares, amigos, conocidos o vecinos). También se incluyen los datos recabados de la observación directa (el periodista acude al lugar de los hechos y, a través de la comprobación e investigación, extrae información que complementa la principal) y las versiones de expertos. (Rodríguez, 2016, p. 208).

En conjunto estos dos tipos de fuentes son los que construyen la noticia. Una noticia no puede entenderse sin fuentes de información. Cabe resaltar que las fuentes pueden conseguirse por medio de entrevistas o la búsqueda de información en documentos e internet. Es a partir de ellas que se puede realizar un análisis de discurso, pues la forma en que el periodista las trata y las utiliza en la noticia da cuenta del enfoque que como periodista o medio se pretende transmitir.

8.2.4 Noticias económicas

Pensar que la economía es una ciencia contraria a las ciencias humanas es erróneo. Regularmente se entiende por la economía como una ciencia exacta y que no tendría influencia en la realidad social, sin embargo, la economía converge con las ciencias sociales.

La economía permite comprender el mundo y cómo la sociedad va adquiriendo conocimientos y participando activamente de los procesos monetarios, políticos y relacionales.

La economía tiene como centro de análisis la sociedad y cómo el ser humano interpreta y ejecuta sus acciones en el marco del panorama financiero y sobre todo político. La economía es una ciencia factual como las ciencias naturales, desde su inicio procuró emplear un método similar al de estas, es así como los economistas se esforzaron por aplicar uno que estuviera acorde con los criterios de las ciencias físicas.

La economía construye leyes económicas y conceptos que hacen posible la categorización de los hechos económicos, y ayudan al análisis de la política económica, convergiendo entre un mundo físico y un mundo social, donde los principios formulados están determinados y estos inciden en otras ramas del conocimiento; no obstante, la económica como disciplina científica que estudia la conducta de los seres humanos, es un eje transversal que permite entender las demás ciencias, como el derecho, la política, la psicología, la historia, entre otras (Hahne, 1995).

En este proceso de construcción los medios tienen un papel fundamental, debido a que difunden la información y las propuestas acerca de las alternativas políticas y económicas existentes de manera accesible para grandes audiencias.

El periodismo confluye con la economía debido a sus objetivos, tanto en la economía como en el periodismo la finalidad es la educación de la sociedad, en el periodismo la transmisión de la información crea comprensión de la realidad.

Es necesario que el periodismo económico contribuya al entendimiento de la realidad y rompa con las barreras de lo elocuente este vocabulario técnico de modo que su responsabilidad no sólo es la de informar, sino que también tiene una función pedagógica de brindar una información completa, rigurosa y entendible (Parra, 2010, p .49).

Es así como el periodismo económico se posiciona como una variante ante las problemáticas sociales que respecta a los ciudadanos comunes.

Es tanta la incidencia de las noticias económicas que por medio de pruebas econométricas se puede determinar el mercado de la deuda interna reacciona de forma rápida a la publicación de noticias.

Es así como los medios de comunicación y las noticias económicas se presentan como un mecanismo de educación, que directamente tienen relación en contexto económico nacional, la relación entre dichas variables poseen un efecto inmediato en los balances económicos y en la percepción social de la realidad.

8.3 Reforma tributaria

Cuando se habla de reformas tributarias es necesario contextualizar desde el esfuerzo que realiza el Gobierno Nacional Central (GNC) para modernizar el Sistema Tributario (ST) buscando una mayor simplicidad, progresividad y equidad impositiva en los contribuyentes. Estos conceptos son claves para entender los efectos reales en la economía, porque la meta es alcanzar unos recaudos constantes a largo plazo, mejorar la competitividad entre los diversos sectores y reducir efectivamente la evasión.

Los cambios que se aplican por medio de este instrumento en la estructura impositiva de un país están en función de la política económica y muy desde la óptica del gobierno, porque es quien la

asume desde la política fiscal, y según el desempeño económico se establecen o derogan impuestos, se modifican tasas, se gravan nuevas actividades, se amplía la base imponible para así aumentar los recursos que el Estado obtiene vía impuestos y poder trasladarlos mediante la función redistribuidora en el manejo de la Hacienda Pública; incluso, se plantea generar equidad entre actividades similares, formalizar ciertos sectores de la economía, dinamizar de manera sistemática los recaudos, generar mayor bienestar colectivo y un mejor dinamismo económico (banco de la república, 2000)

Por lo tanto, según las modificaciones al ST los resultados de las RT pueden arrojar dos resultados muy diferentes. Así lo asegura Juan Camilo Restrepo (2002) en su análisis pragmático argumenta que estas según su perfil pueden ser coyunturales si se preocupa más por modificar bases y tarifas para aumentar el recaudo por un tiempo sin considerar los efectos y el comportamiento del ciclo económico; o pueden ser de perfil estructural cuando se aumentan los recaudos a lo largo del tiempo con efectos permanentes debido a las modificaciones en la estructura tributaria y teniendo presente el ciclo económico (Sánchez y Espinosa, 2005).

Según el contexto anterior, en Colombia la mayoría de las RT solo buscan incrementar el recaudo para solucionar problemas fiscales del GNC momentáneos, lo que se conoce con el nombre de déficit de tesorería. Estas RT solo modifican bases y tarifas según el momento que se vive, también buscan disminuir la evasión y elusión, pero como se dan tratamientos especiales al mismo tiempo dando exenciones y beneficios se afecta la presión tributaria y no se logra un objetivo más de largo plazo; además, hay que decir que estas modificaciones al ST, obedecen más a imposiciones de los entes multilaterales como el fondo monetario internacional, el banco mundial y la banca nacional, para acceder a los mercados de capital externos.

Con la apertura económica en la década del 90, los ingresos fiscales se redujeron por la caída en el recaudo en los aranceles; además, las nuevas responsabilidades que la Constitución de 1991 le otorgó en materia de gastos en defensa, justicia, los nuevos entes producto de la descentralización administrativa, el pasivo pensional, las transferencias territoriales, la expedición de leyes y fallos de las Altas Cortes, terminaron comprometiendo grandes partidas presupuestales para lograr asumirlos (Asobancaria, 1999).

Ahora bien, para Rhenals, 2004 los cambios constantes en materia tributaria son un elemento nocivo para que la política económica tenga los resultados esperados, toda vez que los mismos son inducidos más por la premura de aumentar los recaudos; además, el ST Colombiano se caracteriza por tener una base estrecha, tipos impositivos nominales altos, múltiples exenciones, varias tarifas de IVA y una gran evasión.

Según Molina y Gómez (2005), la mayoría de las RT en las décadas del 70, 80, 90 y 00 buscaban incrementar solo el recaudo para solucionar los problemas fiscales del gobierno, mediante el cambio de tarifas, ampliación de la base para disminuir la evasión y elusión, pero lo que se logró fue deteriorar la presión tributaria; incluso algunas reformas sólo introdujeron aspectos técnicos y de procedimientos administrativos, por lo que se puede confirmar la tendencia de las mismas.

8.3.1 Impuesto

La Constitución Colombiana establece el deber de todo ciudadano de contribuir con las cargas fiscales con el fin de que Estado, desde sus funciones, logre generar el bienestar colectivo, redistribuir la riqueza, genere estabilidad económica, alcance el desarrollo económico y garantice

la autonomía de las entidades territoriales para la gestión de sus intereses, autorizadas a administrar sus recursos y establecer los tributos necesarios para el cumplimiento de sus funciones.

Es importante decir que el artículo 150 de la Constitución de 1991, en materia tributaria le asigna al Congreso la función de crear, interpretar, reformar y derogar leyes, y por medio de estas establecer las rentas nacionales, fijar los gastos de la administración, establecer contribuciones fiscales y parafiscales, organizar el crédito público, regular el comercio exterior, y el régimen de cambios, en concordancia con las funciones que la Constitución consagra para la Junta Directiva del Banco de la República.

Según el Modelo de Código Tributario para América Latina, 1997, un impuesto se debe asumir como toda erogación monetaria que el Estado, en ejercicio de su poder, exige para el cumplimiento de sus obligaciones sustentado en la soberanía. Esta es la principal fuente de ingresos y por lo tanto nadie puede negarse a su pago, siempre que ocurra el hecho generador; así mismo es unilateral ya que no existe contraprestación definida para el mismo. Pueden ser permanentes o extraordinarios según la necesidad excepcional del momento; además, son internos al derivar de actividades según el ámbito espacial (nacional, departamental, municipal), o externos por el comercio exterior.

Por su parte, se clasifican como impuestos directos cuando recaen sobre la propiedad o la renta dejando al descubierto la situación económica del contribuyente; son indirectos cuando recaen sobre el consumo y quién lo asume no es quien lo paga directamente a la administración tributaria sino el responsable del recaudo, por lo tanto, la carga es trasladada por el responsable al cliente, esto posibilita aumentar los recaudos fiscales. Pueden ser personales cuando afecta al sujeto en función de su capacidad tributaria, o reales cuando grava un elemento económico sin considerar la situación del sujeto. (Vega & Alfredo, s/f)

Así pues, las tasas poseen un menor grado de obligatoriedad y dependen del uso de un servicio en específico, esto significa una contraprestación entre quien paga y la entidad que lo recauda guardando relación directa y proporcional con el beneficio recuperando al menos el costo del servicio (la tasa de aseo, alumbrado público, etc).

Las contribuciones es una compensación de carácter obligatorio, que se debe pagar a un ente oficial producto de una obra que beneficia a la sociedad en su conjunto; se clasifican en aportes parafiscales(salud, pensión, cajas de compensación familiar, etc); en corporativas para pagos a instituciones de servicios específicos (cámara de comercio contraloría, superintendencia) en económicas como aquellos destinados a financiar obras que valorizan; y las demás contribuciones que se emplean para el mantenimiento, exploración, transporte y comercialización de recursos naturales.

Richard Musgrave (1992) afirma que el impuesto no debe interferir en la actividad económica, ni en la creación de riqueza; debe calcularse su impacto al aplicarse; no debe interferir en las decisiones del mercado; debe facilitar el uso de la Política Fiscal y generar un recaudo continuo para cumplir con las obligaciones que la Ley le establece.

Por su parte Joseph Stiglitz (1997), plantea como argumento teórico que un impuesto debe generarse bajo responsabilidad política, que se pueda saber que se está pagando y así el ST identifique las preferencias del mercado y poder tratar con justicia a todos los contribuyentes.

9. ASPECTOS METODOLÓGICOS:

9.1 Tipo de estudio:

Cualitativo.

Como señala Barrantes (2014), el enfoque cualitativo “se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social” (p. 82). De manera que focaliza su atención en la descripción de lo individual, lo distintivo, la existencia de realidades múltiples, lo particular del hecho que se estudia, sin la pretensión primaria de establecer regularidades, ni el establecimiento de generalizaciones o leyes universales por la vía de generalizaciones abstractas a partir de datos estadísticos, más bien consideran que los postulados de una teoría son válidos únicamente en un espacio y tiempo determinados. (González, 2003, p. 130).

El estudio no busca una explicación absoluta y única del fenómeno, sino una postura que puede cambiar con el tiempo porque el objeto de estudio es cambiante y no siempre predecible.

La finalidad de la investigación es “transformar una realidad enmarcada y contextualizada. El investigador trata de descubrir el significado de las acciones humanas y de la vida social, dirige su labor a entrar en el mundo personal de los individuos, en las motivaciones que lo orientan, en sus creencias.” (González, 2003, p. 130)

Lo anterior quiere decir que el objetivo del enfoque cualitativo radica en comprender sucesos y fenómenos sociales desde la perspectiva del individuo. Eso quiere decir que la investigación con este enfoque sirve para plantear propuestas claras con base en comprobaciones metodológicas frente a problemáticas o acciones que afectan uno o varios aspectos de la sociedad.

De lo anterior se concluye que el análisis de discurso de las noticias del periódico El Colombiano es un estudio desde el enfoque cualitativo porque su intención es descubrir elementos que se

encuentran en el mensaje, por lo que es preciso conocer los contextos sociales y los conceptos que se utilizan desde el titular y desde el manejo de las fuentes de información.

La propuesta metodológica se sustenta a partir de la teoría de *framing* y la teoría de análisis de discurso de Van Dijk, propuestas que han sido estudiadas con el paso del tiempo por las ciencias sociales, siendo la comunicación un campo de estudio que aporta a la comprensión de fenómenos que se dan desde los medios de comunicación.

9. 2 Alcance:

Descriptivo

La investigación posee un alcance descriptivo, la investigación busca interpretar una realidad desde el tipo cualitativo.

La profundidad del alcance descriptivo, será necesario tener buenas bases teóricas, con varias investigaciones que permitan entender y comprender el fenómeno.

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. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernandez et al , 2010, p. 80).

Específicamente en esta investigación, la actualidad del hecho y los antecedentes sociales de las pasadas reformas tributarias ejercen un factor definitivo en el alcance del documento. Esta investigación resulta útil para explicar con precisión las dimensiones del fenómeno político, informativo y social en el contexto colombiano.

Con el trabajo se pretende llegar a grupos de interés educativos, inmersos en la realidad socioeconómica y política del país, en búsqueda de incrementar la capacidad de análisis crítico en la población colombiana.

Al ser una investigación cualitativa, la mayoría de datos serán obtenidos gracias a los procesos de observación. A medida que se recolecta la información, se realiza un esquema que permita explorar los datos, imponerles una estructura, describir los descubrimientos y explicarlos en función del planteamiento del problema; comprender en profundidad el contexto que rodea a los datos, y vincular los resultados con el conocimiento disponible y generar una teoría fundamentada en los datos.

9.3 Sujetos, comunidades, u organizaciones de estudio:

Se tomó la decisión de analizar las noticias publicadas en el sitio web del periódico El Colombiano desde el 7 hasta el 21 de agosto, un total de 20 noticias fueron publicadas en el sitio bajo la temática de reforma tributaria en este lapso de tiempo.

Debido a la historia e influencia en los medios de comunicación del país. Es un diario que cuenta con 110 años de historia. Fundado por Francisco de Paula Pérez, abogado de la universidad de Antioquia y que luego se desempeñó como concejal de Medellín, diputado de Antioquia, representante a la Cámara, Senador de la República y Ministro de Hacienda.

Es indispensable ratificar la relación de los medios de comunicación en la formación de cultura, es una intersección en la que confluyen democracia, espacio público y medios de comunicación. "cuando la opinión pública se plasmaba fundamentalmente en los periódicos, el equilibrio entre opinión autónoma y opiniones heterónomas (hetero dirigidas) estaba garantizado por la existencia de una prensa libre y múltiple, que representaba a muchas voces". (Sartori, 2009, p.42)

En la sociedad contemporánea la formación de la opinión se ve influida en la emisión y promoción de las noticias debido a que los medios se exhiben y perciben como portavoz de opinión.

Cabe señalar que el sujeto de esta investigación son las noticias. Los criterios que se tuvieron en cuenta para seleccionarlas fueron los siguientes: en primer lugar se tuvieron en cuenta las fechas de las noticias, por lo que se eligieron las publicadas en las dos primeras semanas del Gobierno de Gustavo Petro, es decir, del 7 al 21 de agosto de 2022. Esto considerando que durante este periodo de tiempo el tema de la reforma tributaria fue un auge en la agenda informativa del país considerando el contexto y la novedad del primer Gobierno de izquierda del país, por lo que los medios de comunicación no demoraron en analizar diferentes aspectos de la reforma tributaria, además de que fue un periodo en el que constantemente sucedieron cosas relacionadas con el tema.

9. 4 Técnicas de recolección de la información

Con el fin de hacer un análisis estructurado de la información publicada en El Colombiano, se realizó una matriz que da cuenta de los elementos del discurso de las noticias, las fuentes que se utilizaron en el medio y los recursos lingüísticos y contextuales que permitieron definir el enfoque, el estilo y el método de investigación periodística aplicados en las noticias, lo que permitió interpretar el discurso. Para lograr el objetivo de este trabajo, se procedió a la búsqueda, recuperación y análisis de información primaria, derivada de la investigación y registro de diferentes autores que generalmente expusieron su conocimiento a través de artículos de tipo científico, publicados en revistas indexadas escritas en idioma español (fase heurística).

Las referencias bibliográficas se llevaron a cabo a través de una búsqueda realizada hasta el 21 de agosto de 2022 en bases de datos internacionales y nacionales.

La literatura es útil para detectar conceptos claves y nutrimos de ideas sobre métodos de recolección de datos y análisis, así como entender mejor los resultados, evaluar las categorías relevantes y profundizar en las interpretaciones. “El planteamiento se fundamenta en las investigaciones previas, pero también en el proceso mismo de inmersión en el contexto, la recolección de los primeros datos y su análisis.” (Sampieri & Torres, 2018, p.365).

La matriz de análisis está dividida en dos secciones: *framing* y estructura. En la primera se analizó el tipo de *framing* que responde al enfoque de la noticia determinado por la posición que dejan ver las fuentes de información. En la segunda sección se consideró la estructura de la noticia a partir de dos elementos: el titular, en el que se analizó el concepto y las citas en el que se analizó el actor discursivo o fuente y el sentido o mensaje que la fuente transmite en la cita.

Las noticias fueron seleccionadas desde el portal web y cada una de ellas se desglosó mediante la matriz de análisis de discurso.

A continuación se expone la matriz:

Análisis del Discurso noticias sobre reforma tributaria en el portal web de El Colombiano durante el primer mes del Gobierno de Gustavo Petro							
Framing			Estructura				
Favorable	Desfavorable	Descripción	Titular		Fuentes		
			Titular	Concepto	Citas	Actor discursivo (Fuente)	Sentido asignado

Figura 1. Matriz de análisis.

9.5 Análisis de los datos:

Para la interpretación de los datos se llevó a cabo diversas técnicas de análisis, es posible que sea necesario ejemplificar los descubrimientos de manera cuantitativa por medio de gráficos, porcentajes y numerologías, pero no se perderá la naturaleza cualitativa de dicha investigación. La

ejecución de una matriz de análisis es únicamente con el fin de triangular los resultados y la realización de los gráficos tiene como finalidad la ejemplificación y demostración de los resultados.

9.6 Consideraciones éticas

Se debe evidenciar el respeto por los interlocutores, comunidades o instituciones que participan del estudio. El estudio debe partir de unos criterios éticos que respeten la autonomía de los participantes, así como el manejo de la información que se obtendrá. Se desea evitar acusaciones, insinuaciones o algún tipo de afirmación sobre el material que será recolectado para el estudio, dejando así simplemente de manera ordenada, pautada los fragmentos que nos ayuden a comprender las noticias publicadas en el sitio web El Colombiano entre las fechas 7 de agosto del 2022 hasta el 7 de septiembre de 2022, este estudio será completamente parcial. Además de citar de manera correcta todo lo sustraído del medio elegido para el análisis.

10. Resultados

10.1 *Framing* favorable y desfavorable

El tipo de *framing* se abordó desde el tratamiento de las noticias. Según la intención, se analizó la forma cómo los periodistas presentan la información. Desde ese punto de vista, se identificaron los intereses individuales y dependiendo del porcentaje se lograron inferir las intenciones del medio. No se analizó solamente lo que aparece en los textos, pues el tipo de *framing*

detrás del mensaje es producto del encuadre individual y sirve como esquema para la percepción e interpretación del emisor del mensaje mientras genera la información.

En el análisis de las 20 noticias se logró identificar un porcentaje del 80% hacia un *framing* desfavorable con respecto a la reforma tributaria. Ahora bien, cuando se identifica un tipo de *framing* negativo se identifica una posición clara hacia la propuesta de reforma tributaria en las

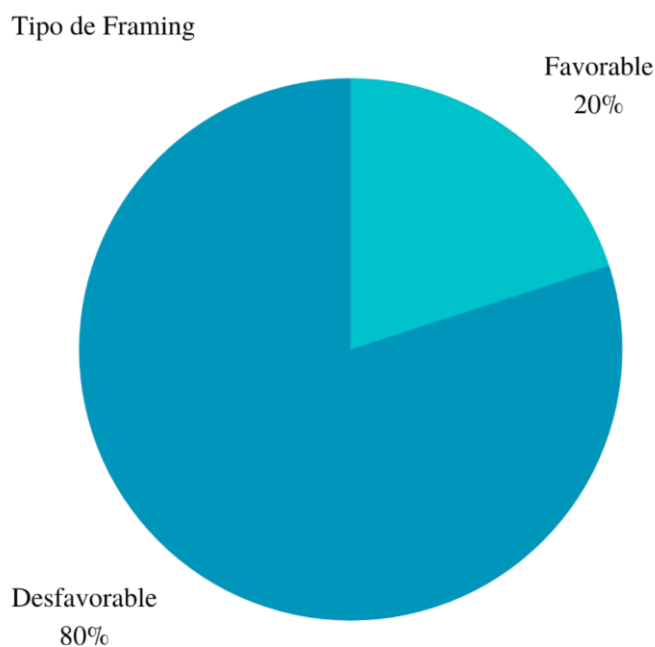


Figura 2. Tipo de *framing* identificado.

noticias. En este caso, predomina una corriente opositora en la intencionalidad del emisor.

Esto puede corresponder a la corriente política del periódico que se acompaña a las subjetividades personales de los periodistas, quienes se caracterizaron principalmente por la claridad en el esquema desde su inicio con el titular de la noticia.

No obstante, el 20% de las noticias que tienen un framing positivo abordan la temática desde el punto de vista de las fuentes oficiales y no hay un contraste con fuentes no oficiales

opositoras. De acuerdo con ello es válido concluir que la función de la minoría de las noticias con framing favorable es solo informar lo que sucede con la reforma, más no profundizar en la información, teniendo en cuenta que tampoco se citaron otras fuentes que respalden las declaraciones de las fuentes oficiales.

Lo anterior se concluyó a lo largo de los días que se analizaron. El periódico El Colombiano abordó diferentes temáticas en torno a la reforma que dan a entender oposición de acuerdo con los titulares, la estructura y las fuentes que utilizaron. Cabe resaltar que en estas noticias predominaron las fuentes oficiales, extractos del proyecto de la reforma tributaria fuentes expertas que mantienen la vigencia de la noticia, genera seguridad y credibilidad, además, se puede inferir que son los temas más sensibles de la reforma. Así pues los temas que sobresalieron en las noticias analizadas fueron:

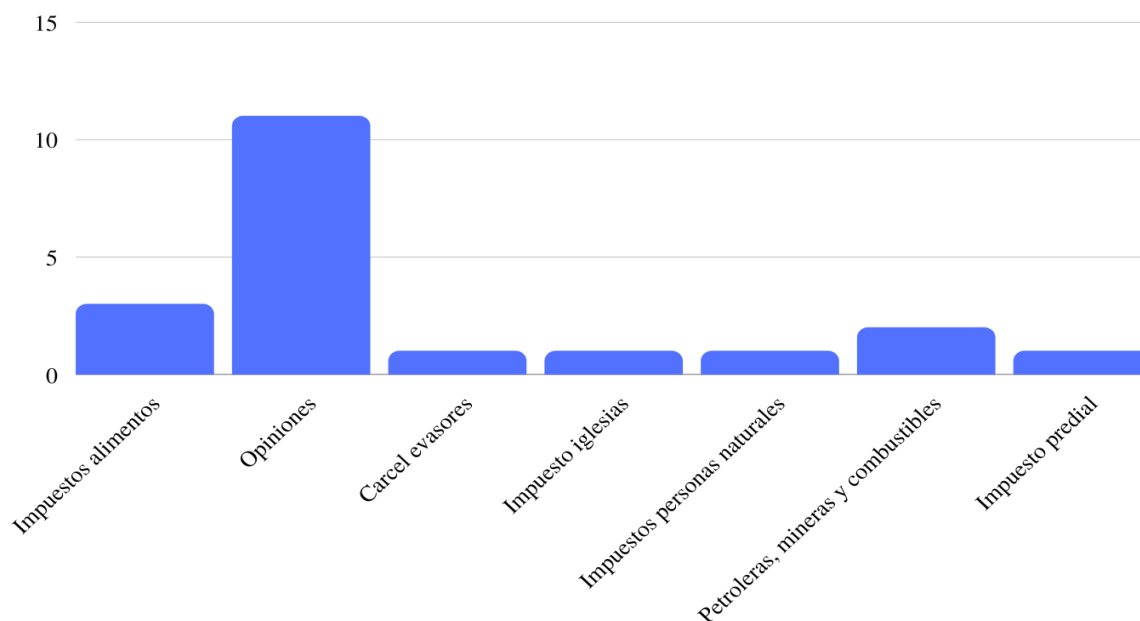


Figura 3. Tendencia en las noticias analizadas.

- **Gravamen a los alimentos:**

Cuando se habla de alimentos en las noticias del periódico El Colombiano, en las noticias analizadas se notó una tendencia y es que en los titulares se mencionan alimentos de consumo popular y ultraprocesados. Los ejemplos: *Gaseosa y salchichón se pondrían más caros: este es el impuesto que propone la tributaria de Petro*, publicada el 8 de agosto de 2022; *Impuesto a la gaseosa no es para recaudar plata, es para que la gente no tome tanta*: Petro, publicada el 11 de agosto de 2022. Y por último *¿Usted qué tanto los consume? Chorizos, chocolates, obleas y otros productos que la tributaria gravaría*, publicada el 8 de agosto.

Cabe resaltar que, a diferencia de otras temáticas en las que se encontró un contraste en las fuentes, en el caso de los alimentos las noticias no suelen tener más de una fuente y solo informan lo que sucede con los alimentos en la reforma tributaria: cuáles se gravarán y cuánto será el incremento.

Sin embargo, vale la pena observar el caso de la noticia *¿Usted qué tanto los consume? Chorizos, chocolates, obleas y otros productos que la tributaria gravaría*, cuando el periodista escribió lo siguiente: “El proyecto “castiga” sobre todo a los embutidos y los productos con alto contenido de azúcar”. El término “castiga” para el lector de la noticia, tiene una connotación negativa, según la Real Academia de la Lengua Española la palabra “castigo” significa “Pena que se impone a quien ha cometido un delito o falta”. Ahora bien, la etimología de la palabra proviene del latín *castigare* y significa “punir, corregir con rigor, hacer sufrir”. Nótese la fuerte incidencia que dicha palabra puede tener en el emisor teniendo en cuenta el contexto de la reforma tributaria, inmediatamente en el subconsciente del emisor se infiere que la reforma tributaria castigará su economía.

Por otra parte, la noticia *Impuesto a la gaseosa no es para recaudar plata, es para que la gente no tome tanta*”: Petro, a diferencia de las otras tiene un *framing* favorable porque gira en torno a la posición del Gustavo Petro y no se contrasta con otras fuentes que lo cuestionen. Es poco frecuente encontrar en el periodismo un titular que lleve una cita directa de algún protagonista. Teniendo en cuenta que los titulares son los que llaman la atención de los consumidores, este tipo de citas que se utilizan en los titulares se utilizan cuando las palabras son producidas por personajes de un alto nivel jerárquico y que llevan mucho peso en el desarrollo de la nota. En este caso, el presidente de la república justifica el impuesto sobre las bebidas azucaradas dándole razones de peso y llamando a los receptores a parar su consumo más allá del impuesto.

Asimismo, otro tema que predomina dentro de las noticias que tienen que ver con la reforma tributaria en el periódico El Colombiano es todo lo concerniente con la industria petrolera, la minería y los combustibles, sectores que se relacionan y se ven afectados directamente por la reforma.

- **Las industrias petroleras, mineras y combustibles**

En este tema predominó el *framing* desfavorable porque de acuerdo con el testimonio de las fuentes que se citaron en las noticias, la reforma tributaria representa un peligro para el sector. Además en las noticias se mostraron datos y cifras que dan a entender que la reforma no favorece a estos sectores. Adicionalmente, aunque hay presencia de fuentes oficiales, su participación es menor que las fuentes no oficiales de oposición, por lo que en el tono y la estructura de la noticia se configura un *framing* desfavorable.

Para ejemplificar lo anterior se tomaron dos noticias como muestra: *Petroleras y mineras, contra las cuerdas por reforma tributaria*, publicada el 10 de agosto de 2022 y *Piden revisar puntos*

de la reforma tributaria que desestimularían la inversión extranjera publicada el 19 de agosto de 2022.

En ambas noticias el medio aseguró que por culpa de la reforma tributaria la inversión se vería reducida en estos sectores por lo que, de acuerdo con las fuentes no oficiales expertas, es necesario reajustar la reforma.

Desde el titular y el lead se hace evidente el *framing* desfavorable de la noticia. En el caso de la primera noticia: *Petroleras y mineras, contra las cuerdas por reforma tributaria*, el lead dice lo siguiente:

Contra las cuerdas, así quedarían las mineras y petroleras con operación en el territorio nacional de ser aprobado el nuevo impuesto y las dos modificaciones que trae el proyecto de reforma tributaria, y que comenzó a estudiar el Congreso de la República. (El Colombiano, 2022).

Esta noticia inicia con una afirmación que después, en el cuerpo, es sustentada por las fuentes de información que se utilizaron. Cabe resaltar que esta noticia tiene un buen desarrollo por lo que se explica de manera detallada y con argumentos la información presentada. Sin embargo, como se ha dicho anteriormente, no hay un contraste de fuentes por lo que el enfoque de la noticia estuvo centrado en cuestionar la reforma tributaria desde los sectores que se mencionan.

Por su parte, la segunda noticia comienza de la siguiente manera:

La inversión extranjera directa (IED) es un asunto que preocupa a empresarios y economistas por estos días en Colombia. Esto a raíz del proyecto de reforma tributaria que fue radicado ante el Congreso y que buscará recaudar \$25 billones en su primer año de aplicación.

A juicio de varios expertos, la rentabilidad de invertir en el país mermaría debido a la nueva carga impositiva. Y de esa manera, otros países del vecindario latino captarían esos flujos de inversión. (El Colombiano, 2022).

Así como la noticia anterior, el desarrollo de la segunda noticia tiene un enfoque completamente negativo, pues la noticia se estructura con base en la posición de los empresarios del sector que fueron consultados por el medio y son opositores. No hay contraste de fuentes.

- **Otros sectores y opiniones en torno a la reforma**

En la mayoría de los casos predominaron las opiniones sobre la reforma doce de las noticias tenían como centro las reacciones de diversos personajes en la economía y política del país. Pero, a la hora de hablar plenamente de los puntos de la reforma de los puntos que se tocaron, las fuentes suelen ser no oficiales opositoras.

En este tema, de igual manera, se notó un *framing* desfavorable porque, en términos generales, las personas que opinaron sobre la reforma tributaria se dividen en dos grupos: sectores afectados por la reforma (como las iglesias) y fuentes de experto que cuestionan o no están de acuerdo con la reforma.

Cabe resaltar que estas noticias, cuyo contenido se sustenta en la opinión de diversos sectores de la economía, es el tema más recurrente de las noticias que se analizaron, siendo planteado en 8 de las 20 noticias.

Para ejemplificar lo anterior, se escogió una muestra de tres de las ocho noticias: *Empresarios no se callarán ante el gobierno de Petro*, publicada el 11 de agosto de 2022; *A la semana del nuevo gobierno, se agitó la fiesta*, publicada el 16 de agosto y la noticia *Hasta a las*

iglesias piden gravar: la lluvia de ajustes que proponen para la tributaria de Petro publicada el 18 de agosto.

En la primera noticia, al principio se exalta la voluntad del gremio de empresarios por contribuir al mejoramiento del país. Sin embargo en el desarrollo del cuerpo de la noticia a través de la redacción del periodista y de las citas textuales, se evidencian las dificultades e inconformidades del sector.

Por su parte, en la segunda noticia, el periodista recalcó la posición del sector, lo que se dejó en el lead de la noticia: “No ha pasado una semana de estrenarse el nuevo gobierno en el país, cuando ya las propuestas económicas del presidente Gustavo Petro, además de generar malestar, profundizaron la incertidumbre entre los industriales” (El Colombiano, 2022).

Por último, en la tercera noticia, el medio reafirmó su posición expresando lo siguiente: Menos de dos semanas han pasado desde que la Reforma Tributaria del presidente Gustavo Petro aterrizó en el Congreso y ya hay varias enmiendas que empiezan a sonar antes de su debate, algunas atendiendo los llamados del sector empresarial”. (El Colombiano, 2022).

Es válido afirmar entonces que el tema más recurrente de la reforma tributaria tiene una intención muy clara de parte del medio: cuestionar la reforma tributaria mencionando las desventajas y los puntos más sensibles. Para ello utilizan el mismo tipo de fuente en las noticias, es decir, no oficiales testimoniales y expertas.

10.2 Estructura

10.2.1 Titulares

El titular de noticia es el encargado de llamar la atención del receptor. Es una constante en las noticias del colombiano especificar de qué es el contenido en las noticias, suelen resaltar lo esencial y superficial de la misma. En este sentido se especifica que el contenido de todas las noticias era económico, pero, el fondo y la forma variaban. En el caso de la figura 4, se puede identificar la afirmación “Sí” como una aclaración directa en un contexto controversial enmarcado en la temática de la reforma tributaria.

La tributaria sí nos tocará el bolsillo a todos

Con 69 artículos se radicó en la Cámara de Representantes el proyecto de la reforma fiscal.

Figura 4. Titular 1.

En otros titulares se puede observar la utilización de citas directas, para esta noticia se utiliza una cita directa de una fuente oficial, en este caso, la mayor figura de autoridad del país. En este contexto se identifica una noticia positiva con respecto a la temática. La cita es un lead que permite iniciar el tema, por ende, se convierte en un agravante en la noticia.

Para este punto se puede identificar una constante, se define la intención de la noticia desde el titular, esto se resalta en las fuentes de la noticia, que terminan predominando en la noticia.

Desde el portal web se mantuvo una constante, aproximadamente 3 publicaciones por día sobre la reforma tributaria. Entre estas predomina el tema de impuesto a los alimentos, el portal web señala en múltiples ocasiones los productos que tendrán iva o los que se les gravará.

"Impuesto a la gaseosa no es para recaudar plata, es para que la gente no tome tanta": Petro

El Presidente señaló que con el impuesto a las bebidas azucaradas se evita que las personas se enfermen de diabetes.

Figura 5. Titulo 2.

Es más, la primera noticia que salió luego de la posesión presidencial fue sobre los impuestos que se podrían a productos básicos de la dieta de los colombianos. Inmediatamente se evidencia una posición opositora con respecto al nuevo mandato.

10.2.2 Fuentes de las noticias

Las fuentes dentro de la noticia permiten determinar la calidad y posición de la nota. En las noticias analizadas se identificaron tres tipos de fuentes: personas, publicaciones y documentos que permitieron brindar información específica sobre la temática de reforma tributaria.

En el estudio se encontraron las siguientes fuentes: texto de la reforma tributaria, que se encuentra en el 25% de las noticias. Los expertos, en un 25%. El ministro de Hacienda, José Antonio Ocampo, en un 25%. El presidente de la República Gustavo Petro en un 5% y los empresarios en un 20%.

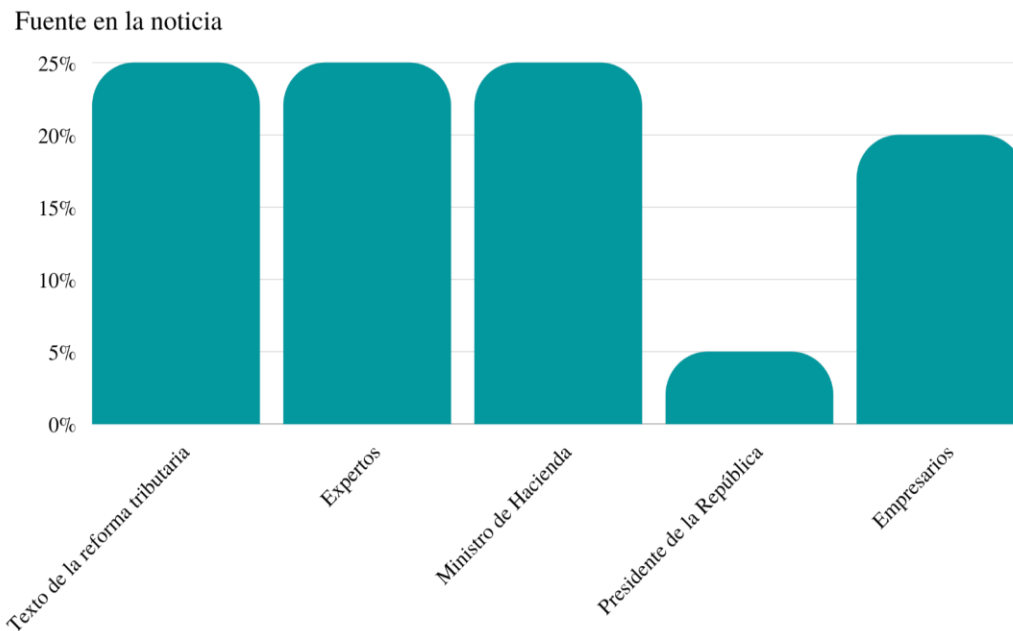


Figura 6. Tendencia en las fuentes analizadas.

De acuerdo con lo anterior, se concluye que las fuentes oficiales y no oficiales expertas fueron las protagonistas en las noticias sobre la reforma tributaria. Las primeras contextualizan los hechos y los describen, mientras que las segundas se utilizaron para cuestionar o debatir con las fuentes oficiales. Es importante mencionar que no hubo fuentes expertas que estuvieran a favor de la reforma tributaria, por lo que se establece allí otro elemento que da a entender el discurso que se pretendió transmitir desde el medio de comunicación.

En cuanto a la intencionalidad de las fuentes y su discurso de la noticia, es preciso realizar la división entre fuentes oficiales y fuentes no oficiales. En el primer caso, dónde se encuentran el Texto de la reforma, el presidente y el ministro, se evidenció que estas fuentes parecen para explicar y argumentar los puntos o aspectos de la reforma tributaria dentro del contexto o tema de la noticia.

Por su parte, cabe destacar que las fuentes no oficiales, expertos y empresarios, son opositores de la reforma, es decir que critican o cuestionan la reforma tributaria. En la noticia

titulada *A la semana del nuevo gobierno, se agrió la fiesta* la primera fuente utilizada recalca la oposición a la propuesta del gobierno “Lo que se percibe es que **las políticas económicas del gobierno tienen grandes fallas en la planeación**. Las medidas propuestas en el tema energético, tributario y monetario tienen serias falencias en su estructuración y en la manera que se conciben, ya que en su mayoría van en contra de la Constitución. Muestra de ello es el alza al impuesto en las exportaciones de minerales y petróleo, lo cual es un tributo de orden local y regional, y no nacional” además, dicha cita es emitida por una fuente experta, el señor Jorge Restrepo, profesor de Economía de la Universidad Javeriana.

Otra de las citas que influyen fuertemente en la percepción de la noticia se identificaron en la noticia titulada *Petro expuso ante empresarios receta para vivir sabroso*, en esta noticia contiene fuentes que hablan positivamente de la reforma, por ejemplo la cita del Ministro de hacienda "por supuesto vamos a vivir sabroso, porque ese es el objetivo de este Gobierno". La misma fuente más adelante sustenta su oración "Lo que estamos proponiendo es una reforma progresiva, porque tenemos un coeficiente Gini de 52%, pero luego de impuestos baja a 50%, es decir se mantiene la desigualdad y eso quiere decir que hay una mala utilización de los impuestos. Entonces si baja la desigualdad aumentará la demanda, así el que tiene más podrá ahorrar para invertir y habrá un estímulo para los inversionistas extranjeros." en esta noticia cinco de las siete fuentes oficiales hablan a favor de la reforma tributaria, en términos generales, el enfoque de la noticia es desfavorable, las dos fuentes expertas son opositoras y en la noticia se argumenta a través de ellas una crítica a la Tributaria de Petro.

De la misma manera es importante destacar que en las noticias de El Colombiano donde se presentan ambos tipos de fuentes, las fuentes no oficiales opositoras del gobierno tienen predominancia en cuanto a extensión dentro de la noticia, pese a que siempre hay una fuente oficial.

En el análisis se evidencia un predominio de fuentes oficiales y el texto oficial de la reforma tributaria con un 25% de referenciación dentro de los textos noticiosos, esto permite identificar el tipo de fuentes utilizadas, con el mismo porcentaje se identifica al ministro de hacienda y a expertos del tema. Este tipo de entrevista nos enmarcan en un escenario serio y que posibilita la sugestión en la en la noticia, por ejemplo:

Al hacerles la pregunta de si en realidad el país vivirá sabroso en los próximos cuatro años, muchos de los asistentes al congreso de la Andi tenían reacciones varias: risas, carcajadas, muecas o manifestaciones de incertidumbre, y en otros casos de esperanza.

Por ejemplo, el ministro Ocampo, enfatizó en que “por supuesto vamos a vivir sabroso, porque ese es el objetivo de este Gobierno”. A su turno, Marcelo Cataldo, presidente de Tigo, comentó que “intentaremos y trabajaremos para vivir sabroso, pero hay que trabajar”.

Juan Manuel del Corral, presidente del Grupo Cadena, también consideró que eso es posible, porque el país tiene un gran potencial. “Todos tenemos la responsabilidad de trabajar por una mayor equidad. Ese es un compromiso en el que todos debemos poner un grano de arena, y pienso que si conciliamos las necesidades e intereses, vamos a encontrar reformas viables y lograremos que los recursos lleguen se necesiten”, dijo.

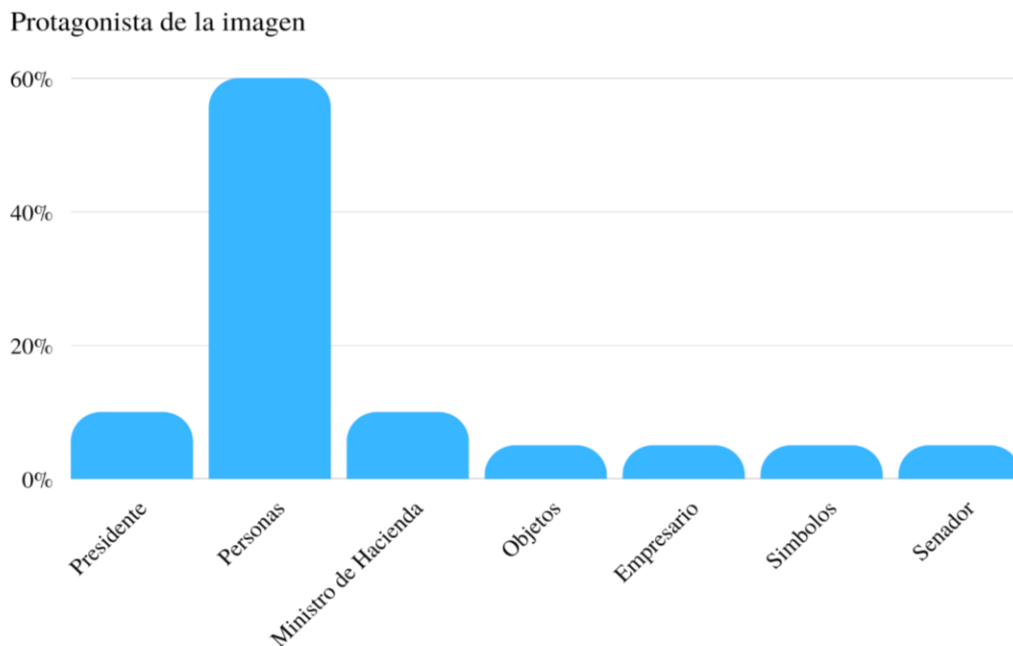
Figura 7. Fragmento de la noticia.

En este fragmento se evidencia la utilización de diversas fuentes para la ejemplificación de una intencionalidad en la noticia. En este caso aunque se asienta la necesidad de una reforma tributaria, se demuestra la necesidad de recalcar los errores del gobierno dejando una clara imagen en el público. Además, se utilizan pequeños fragmentos que se utilizaron en el discurso de campaña como el “vivir sabroso” como elemento dissociativo en la labor investigativa.

La labor periodística se evidencia en las fuentes y el tipo de fuente oficial, gracias a esto se recalca el nivel de rigurosidad en la labor investigativa, aunque no sea precisamente a favor de algo o alguien.

10.3 Imagen

La imagen es uno de los pilares de la teoría del *framing* permite entender mejor el contenido del mensaje. Esto significa que el texto escrito y el texto visual tienen un valor separado y es relativo a la intencionalidad periodística. La información escrita se complementa con imágenes, esto permite el entendimiento e integral de la intencionalidad semiótica. En otras palabras, el texto escrito y la imagen utilizada tienen valor individual, valor que se determina por la intención de la noticia y la relación entre ambos se complementa con el fin de generar claridad en la percepción del receptor.



Ahora bien, en las noticias de El Colombiano predominan los protagonistas. Estas figuras generan sensaciones en los receptores. En el 60% de las noticias se presentaron personas de la

cotidianidad, un vendedor, un consumidor, etc... lo que permite empatizar al receptor de la noticia con el contexto económico abordado, ya que se suele asimilar la economía con temas lejanos al día a día de los ciudadanos.

Como se analizó en el marco teórico, los encuadres visuales constituyen el componente visual



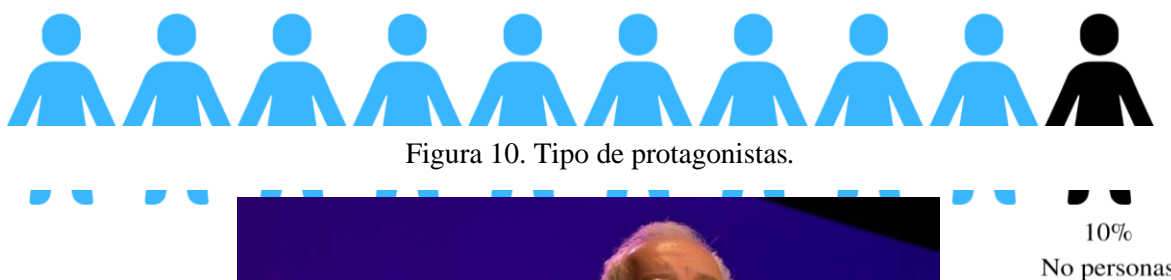
Figura 9. Imagen extraída de la noticia *Los tenderos serían los más perjudicados con la reforma fiscal*. de las noticias legitimando determinadas posiciones. Resulta imposible determinar el encuadre de la imagen de la noticia analizando las características gráficas, se hace necesario el análisis de todo el artículo periodístico.

En cuanto a características gráficas se puede concluir que las imágenes no tienen una composición predestinada, en algunos casos se utilizan fotografías genéricas de objetos o personas,

esto se evidencia en el pie de fotos de las noticias. Las imágenes son utilizadas con el fin de describir una acción o situación dentro del texto.

Un dato que llama la atención es que en su mayoría se utilizaron personas en para las imágenes,

Tipo de protagonistas



10%
No personas

Figura 11. Imagen extraída de la noticia *“Bajar de \$25 billones a \$10 billones la reforma tributaria es una alternativa que no existe para el Gobierno”*: Ocampo.

sin embargo, su participación era netamente descriptiva o con el ánimo de resaltar una fuente importante utilizada dentro de la noticia. Ese es el caso de las noticias que se centran en las fuentes para afirmar la posición. No sólo se busca darle una imagen a las fuentes, si no, clarificar su nivel jerárquico y su autoridad dentro de la noticia.

Esto permite evidenciar que, según el análisis visual, las noticias del periódico se caracterizan por trabajar temáticas que se relacionen con la agenda, por esto, es constante la predominancia de

personas y lugares, los símbolos fueron casi nulos y se recurre a fotografías de figuras de autoridad con el fin de darle peso a la información o la fuente.

10.4 Estructura textual

En cuanto a la estructura textual se puede observar que las noticias del periódico El Colombiano sobre reforma tributaria siguen los lineamientos de una noticia convencional: lead, cuerpo de la noticia donde se incluyen las fuentes y por último la conclusión de la noticia. Ahora bien, para ejemplificar de una manera más detallada la estructura que utiliza el periódico conviene observar el ejemplo de la noticia *Empresarios no sé callarán ante el gobierno de Petro* publicada el 11 de agosto de 2022. Se consideró la primera parte de la noticia:

El primer cara a cara del empresariado colombiano con el nuevo Gobierno, que encabeza el presidente, Gustavo Petro, empezó con un compromiso por parte del sector privado, pero a la vez con un aviso contundente para el mandatario y su equipo de colaboradores.

Ejerceremos un liderazgo que permita las transformaciones que necesitamos, especialmente las culturales y de comportamientos. Acompañaremos las iniciativas que Colombia requiere. Y, ante situaciones que lo ameriten, elevaremos nuestra crítica constructiva, seguros de que esto llevará a mejores decisiones, para el bien de todos. (El Colombiano, 2022).

Expresó el presidente del Grupo Nutresa y de la junta de dirección de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi), Carlos Ignacio Gallego, al instalar el séptimo Congreso Empresarial Colombiano (CEC).

Estas puntadas pudieron caer en terreno improductivo toda vez que los funcionarios que estaban anunciados para estar en la jornada inicial de la actividad gremial, que se celebra en el

Centro de Convenciones de Cartagena, no llegaron, entre ellos la vicepresidenta Francia Márquez y el ministro de Relaciones Exteriores, Álvaro Leyva.

En todo caso, Gallego agregó que la intención del empresariado es ser proactivo, solidario, y está comprometido para trabajar por el país en frentes como economía, geopolítica, financiación y oportunidades, desafíos fiscales, futuro del trabajo, salud y pensiones.

A su turno, Bruce Mac Master, presidente de la Andi, confió en poder llevar un diálogo abierto y sincero con el gobierno, que se posesionó el pasado domingo, pensando en el futuro y el bienestar de los colombianos. “Va a ser una muy buena oportunidad de generar agendas de trabajo y construir más país”.

En esta noticia se observa que en primer lugar el periodista introduce a la fuente y describe su acción. En las noticias que se analizaron se logra evidenciar cómo la fuente protagonista, o a la que se le da más voz en la noticia, es la primera que aparece. De ahí que lo que más se destaca en la primera parte suele ser el verbo que introduce a la fuente.

En términos generales se puede observar que la estructura textual de las noticias publicadas en el periódico El Colombiano sobre la reforma tributaria giran en torno a las fuentes de información, aunque como se evidencia en el tercer párrafo de esta noticia, el periodista también hace una interpretación de los hechos o señala aspectos que se consideran importantes dentro del encuadre de la noticia.

11. CONCLUSIONES

Para responder a la pregunta que se hizo en el presente trabajo es preciso considerar, con base en los resultados de la investigación, que el discurso de las noticias publicadas en el periódico El

Colombiano entre el 7 y el 21 de agosto de 2022 es un discurso en el que la mayoría de las fuentes son de la oposición del gobierno por lo que la estructura de la mayoría de las noticias responde la crítica de las fuentes, dentro de las que se destacan las fuentes no oficiales: expertos, empresarios y afectados por la reforma tributaria. Por lo tanto se concluye que en las noticias sobre reforma tributaria, el medio de comunicación deja clara su posición a través de la forma en que se presenta la información: el titular, las citas de las fuentes y las mismas conclusiones que se presentan en la noticia.

En primer lugar, en el periódico El Colombiano sobresalen tres temas relacionados con la reforma tributaria: el gravamen a los alimentos, las industrias de petróleo, minería y combustibles y, por último, la opinión de diferentes sectores de la economía sobre la reforma. Lo que tienen en común todos estos temas es que no hay un equilibrio en las fuentes. Es decir, aunque hay noticias en las que aparecen fuentes oficiales, o sea del gobierno y fuentes no oficiales, opositoras del gobierno en todos los casos, la participación no fue igual pues las voces oficiales solo informaron al principio de la noticia, mientras que las no oficiales tuvieron mayor relevancia en el cuerpo de la noticia.

Se indica que prevalecen mayoritariamente en las noticias de sucesos analizadas las fuentes no oficiales frente a las oficiales. Según se deduce en la tesis, las fuentes oficiales mayoritarias son el ministro de hacienda, seguido del presidente de la república. Por su parte, los datos reflejan que las más citadas son las que tienen su origen en las autoridades de gobierno y después las citas de expertos/empresarios.

Queda claro el protagonismo de las opiniones externas sobre las fuentes institucionales. También se pone de manifiesto la importancia de la oposición como fuente especializada que nutre

a la noticia ya que el 90% de las fuentes oficiales manifestaron un comentario negativo hacia la nueva reforma.

Queda una duda sobre la mesa, ¿las fuentes eran opositoras o, teniendo en cuenta los antecedentes anteriores, la reforma tributaria posee serios problemas de fondo? Esta pregunta no se podría contestar hasta que la misma se ejecute y sus resultados determinen su éxito. Lo que sí se puede responder es que las fuentes terminan generando una connotación negativa sobre la reforma tributaria en el receptor de las noticias.

Sobre el contraste de las fuentes se puede determinar que las fuentes oficiales están a favor de la ejecución de la reforma tributaria y las voces en contra son de expertos y empresarios, pero, hay cierto desbalance en su implementación. Prevalece el uso de fuentes opositoras sobre las fuentes oficiales, tres de cada cinco fuentes utilizadas manifiestan desacuerdo. Hubo noticias donde sólo se utilizaba una fuente y esta se opone a la reforma tributaria, en otras ocasiones todas las fuentes estaban en desacuerdo con la reforma. El desbalance de las fuentes reacciona directamente a la intencionalidad del medio y sus intereses con la oposición del gobierno.

Otro factor interesante se relaciona con la frecuencia de las noticias dentro de la agenda, la recurrencia de dicha información permite la vigencia del tema y el debate. La relación del medio con la opinión pública juega un papel importante en la agenda temática del día, para el medio termina siendo relevante mantener el tema de la reforma tributaria activo en los contextos mediáticos para aportar desde su posición a la opinión pública.

También es importante señalar que en cuanto a las imágenes la gran mayoría de ellas son impersonales al buscar fotos del archivo o al mostrar un aspecto de la noticia, por lo que es válido afirmar que desde las imágenes de las noticias no se busca conectar con el lector, sino dejar en

evidencia un aspecto de la noticia; con los titulares, sucede todo lo contrario: suelen ser llamativos e incluso, de acuerdo con los verbos que se utilizan, queda implícita la posición del periódico frente a la reforma tributaria, pues apela a los intereses del lector, teniendo en cuenta que el tema de la reforma afecta de una manera u otra a todos los colombianos.

Es allí donde precisamente el medio se observa que algunos medios de comunicación no buscan mostrar los hechos simplemente en un compromiso con la verdad, sino que a través de las fuentes que eligen y la estructura de la noticia, sientan una posición frente a los hechos. Si bien contrastar la información es una tarea básica del periodismo y una noticia por sí sola no muestra la posición de un medio, lo cierto es que en todas las noticias analizadas se mostró un patrón en todos los elementos analizados por lo que es válido afirmar que al medio le interesa mostrar siempre, o casi siempre, el mismo lado de la moneda.

Es aquí donde vale la pena reflexionar sobre la responsabilidad del periodista de mostrar la información desde todos los puntos de vista como un compromiso con la ética propia de la profesión y el respeto por los lectores, quienes, si bien son personas autónomas, en ellos los medios de comunicación tienen una influencia si se considera aspectos como la autoridad y la experiencia de las fuentes, lo que da a la noticia credibilidad frente a los lectores.

De igual manera, es importante reconocer que aunque los medios de comunicación se conciben como empresas, en su función sustancial, la de informar de manera ética a la sociedad, los públicos más allá de clientes, son ciudadanos que merecen estar bien informados y tienen la potestad de asumir su propia postura frente a las noticias y, en general, la información que reciben de los medios.

12. REFERENCIAS

Acosta H, L. J., Mejía L, C. A., Montoya G, J. E., & López U, J. C. (2014). *¿Han sido eficientes y exitosas las reformas tributarias en Colombia en el período 1990-2009?* Perfil De Coyuntura Económica, (20), 87–126. Recuperado de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/coyuntura/article/view/18187>

Aguirre Sala, J. F. (2011). La ciudadanía mediática. *Perspectivas de La Comunicación*,4(1), 7–23.

Alcocer, N (2013) De la escuela de Frankfurt a la recepción activa. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/13_Alcocer_V82.pdf7

Amaya, L; Pérez, A (2018) *Análisis del discurso de las noticias sobre el conflicto armado del periódico el colombiano en medio del proceso de paz en el año 2015* [Trabajo de grado] Repositorio de la Universidad Católica Luis Amigó.

Ariza, A (2015) *Consideraciones y aproximaciones desde las transformaciones de las sociedades modernas*. Universidad Nacional de Colombia.

A Ardèvol-Abreu (2015) *Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España*. Revista Latina de Comunicación Social, 70, pp. 423 a 450. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/23es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053.

Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (1999). “Diez años de reformas tributarias: tapando huecos”. Banco de la República.

BBC News Mundo. (2021). 3 factores para entender las protestas en Colombia y la indignación contra la reforma tributaria. BBC.

Blancáfort, H; Tusón, A (1999) *Las cosas del decir, manual de análisis del discurso*. Editorial Ariel.

Calvo, E (2011) *Periodismo económico: estándares informativos de calidad y perfil del periodista especializado*. Universidad Complutense de Madrid.

Charaudeau, P. (2009). *La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. Université Paris 13*, 277–293.

Chirinos, W (2019) *La adicción a los videojuegos debido a la insatisfacción con la realidad.* Universidad San Ignacio del Oyola.

Barrantes, R. (2014). *Investigación: Un camino al conocimiento, Un enfoque Cualitativo, cuantitativo y mixto.* San José, Costa Rica: EUNED.

Dießelmann, A.-L. and Hetzer, A. (S/f) *Encuadres Visuales en las Fotografías de Prensa del Proceso de Paz en Colombia**, *Revistas indexadas - Pontificia Universidad Javeriana.* Recuperado de [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/UH/88%20\(2019\)/79163917002/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/UH/88%20(2019)/79163917002/)

Díaz, S (2017) *Los medios de comunicación masiva: una lengua nueva. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 22.

Dijk, T (1995) *Racismo y análisis crítico de los medios.* Editorial Ediciones Paidós. .

Dijk, T (1997) *El discurso como estructura y proceso.* Editorial Gedisa.

Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso.* Anthropos.

Dijk, T., (2000): *Estudios sobre el discurso. Una aproximación interdisciplinaria.* Gedisa

Dijk, T (2006). *Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones.* Revista Signos, 68.

France 24. (2021). *Una reforma tributaria que aprieta a la clase media y aviva protestas en Colombia.* France 24.

González, A. (2017). *Los paradigmas de investigación en las ciencias sociales.* ISLAS

Foucault, M. (2002). *Arqueología del Saber.* Editores Siglo XXI de España.

Foucault, M. (2004). El Orden del discurso (A. Gonzalez Troyano, Trad.). TusQuets.

Collado, C; Baptista, M; Hernández, S (2010) *Metodología de la investigación*. Editorial Mcgraw hill Quinta edición.

Habermas, J. (1999). Teoria de la Accion comunicativa I. Taurus.

Hahne, I (1995) Desarrollo del análisis económico. Irwin.

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Mc Graw Hill educación

Jaimes, S., & Fuentes, V. (s/f). *Estudio de las reformas tributarias en Colombia y sus efectos sobre variables macroeconómicas*. Edu.co. Recuperado el 12 de septiembre de 2022, de <https://repository.ucatolica.edu.co/jspui/bitstream/10983/15196/1/Jaimes%20y%20Fuentes%20017.%20Reformas%20tributarias%2027.pdf>

Koziner, N. S. (2013). *Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación*. Austral comunicación, 2(1), 01–25. Recuperado de <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>

Madrid, F., Armentia, P. G., Rosa, M., & Conde, B. (s/f). *Género y medios de comunicación: un análisis desde la objetividad y la teoría del framing*. Comunicacionyhombre.com. Recuperado de https://comunicacionyhombre.com/pdfs/resenas/05_r_carmendelacalle.pdf

Martín Barbero, J. (1996). *Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación*. Revista Nómadas No. 5.

Mayoral J (2002) *Fuentes de información y credibilidad periodística*. Universidad Complutense de Madrid.

Meesohn, C (2005) *Introducción a Van Dijk: Análisis de Discurso*. Cinta de Moebio No. 14.

Miceviciute, J (2013) *Frame periodístico: un concepto puente entre la Psicología, la Sociología y la Lingüística*. Universidad de Cantabria.

ISLAS, 125-135. Recuperado de <http://islas.uclv.edu.cu/index.php/islas/article/view/617>

Moragas, M (2011) *Interpretar la comunicación: Estudios sobre medios en América y Europa*. Editorial Gedisa.

Musgrave, Richard. (1992). "Hacienda Pública Teórica y Aplicada". España. McGraw-Hill Interamericana, Quinta Edición.

García Molina, M., & Gómez, A. P. (2005). ¿Han aumentado el recaudo las reformas tributarias en Colombia?. *Revista de Economía Institucional*, 7(12), 43-61.

Palacio, E. (2002). *Estudios De Derecho*, 60(135-6), 29–73. Recuperado a partir de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/red/article/view/332241>

Pardo, N (2007) *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, ISSN-e 2447-9543, Vol. 7.

Parra, J (2010) *¿Qué clase de información económica se presenta en los noticieros?: Análisis de la información económica en noticias caracol y cm& la noticia*. Pontificia Universidad Javeriana.

Parra, J (2010) ¿QUÉ CLASE DE INFORMACIÓN ECONÓMICA SE PRESENTA EN LOS NOTICIEROS?: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICA EN NOTICIAS

CARACOL Y CM& LA NOTICIA [Trabajo de grado], PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

PORTAFOLIO. (2021). *En 50 años en Colombia van casi 30 reformas tributarias*. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/economia/reforma-tributaria/en-50-anos-en-colombia-van-casi-30-reformas-tributarias-555638>

Ramírez, C. (2007). *Impacto de las noticias sobre el mercado de deuda pública interna en Colombia* [Universidad de los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9545/u282176.pdf?sequence=1>

Rhenals, R. (2008). *Dinámica y Sostenibilidad de la Deuda Pública Colombiana. ¿Existe margen para una Política Fiscal Contracíclica?* Perfil de Coyuntura Económica, Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Antioquia. No. 12.

Retegui, L. (2017). *La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking*. *Revista mexicana de opinión pública*, 23, 103. Recuperado de <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2017.23.56354>

Ricœur, P. (2003). *Teoría de la interpretación: Discurso y excedente de sentido*. Editores Siglo XXI de España.

Rodrigo, M (1989) *La construcción de la noticia*. Paidós.

Rodríguez, R (2016) *Las fuentes informativas en el periodismo de sucesos. Análisis en la prensa escrita*. Correspondencias & Análisis, N° 6.

Rozo, B., & López, D. (2014). *Análisis de las reformas tributarias en Colombia en el marco de los años 2006 al 2012: una mirada crítica hacia el principio de equidad*. Universidad del Valle.

Sánchez, F; Espinosa, S. (2005). *Impuestos y reformas tributarias en Colombia 1980*. Recuperado de cede 2005-11 edición electrónica Universidad de los Andes.

Suárez, D. G. (2018). *Los impuestos y Juan Manuel Santos: Un breve recorrido por sus reformas tributarias*. *Observatorio Fiscal*. <https://www.ofiscal.org/post/2018/07/06/los-impuestos-y-juan-manuel-santos-un-breve-recorrido-por-sus-reformas-tributarias>

Sartori, G (2009) *La Sociedad teledirigida*. Santillana Ediciones.

Stiglitz, J (1988). *La Economía del Sector Público*. Barcelona, Antoni Bosh Editor, S.A. Segunda Edición.

Torres, L (2009) *Del sujeto discursivo al sujeto de la acción PROSPECTIVA*. *Revista de Trabajo Social e intervención social*, núm. 14. Universidad del Valle Bogotá, Colombia

Vega, P., & Alfredo, M. (s/f). *Plazas Vega, Mauricio Alfredo – Editorial Temis*. Editorialtemis.com. Recuperado el 12 de septiembre de 2022, de <https://editorialtemis.com/product-author/plazas-vega-mauricio-alfredo/>

Yanes, R (2003) *La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura*. *Ámbitos Revista Andaluza de Comunicación* No. 10.