



**ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO QUE SE PRESENTA A TRAVÉS DE  
LOS CONTENIDOS DIGITALES PUBLICADOS POR LA PULLA EN SU CANAL  
OFICIAL DE YOUTUBE**

**NATALIA MONTOYA ESPINOSA Y LUISA FERNANDA PÉREZ PÉREZ**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL  
2020**



**ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO QUE SE PRESENTA A TRAVÉS DE  
LOS CONTENIDOS DIGITALES PUBLICADOS POR LA PULLA EN SU CANAL  
OFICIAL DE YOUTUBE**

**NATALIA MONTOYA ESPINOSA Y LUISA FERNANDA PÉREZ PÉREZ**

**Trabajo de grado para optar a título de Comunicadora Social**

**ASESORA:**

**María Cecilia González Callejas  
Magíster en Comunicación**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL  
2020**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

**Firma presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

**Medellín, Mayo de 2020**

## DEDICATORIA

Queremos dedicar este trabajo a nuestros padres: Diego León Montoya Medina, Gloria Estela Espinosa Martínez, Ricardo Antonio Pérez Montoya y Omaira Elizabeth Pérez Grisales, quienes nos apoyaron durante todo el camino de nuestra carrera tanto económica como moralmente, enseñándonos que si nos esforzamos y amamos lo que hacemos todo se puede conseguir.

A los profesores que acompañaron este proceso desde sus inicios y dedicaron todo su esfuerzo a enseñarnos cómo sacar adelante un proyecto que en un principio no tenía bases o fundamentos.

Queremos dar gracias a Dios que nos permitió trabajar muy duro durante cinco años bendiciéndonos con unas familias que fueron parte fundamental en todo el proceso de nuestra formación profesional.

Por último, queremos agradecernos mutuamente, debido a que ambas nos dedicamos durante dos años y medio a este extenso proceso de investigación, centrándonos en lo importante que es nuestro desarrollo profesional y logrando un proyecto digno de ser mostrado.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración de mi (o nuestro) trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- VII – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: María Cecilia González Callejas
- VIII – Semiótica de la Educomunicación: Luis Fernando Zúñiga Melo
- IX – Etnografía de la Comunicación-Educación: María Cecilia González Callejas

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA.....	10
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA.....	10
1.3 OBJETIVOS .....	11
1.3.1 General .....	11
1.3.2 Específicos .....	11
2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL .....	12
2.1 ANTECEDENTES .....	12
2.2 DISCURSO PERIODÍSTICO.....	16
2.2.1 Estructura .....	17
2.2.2 Producción.....	22
2.2.3 Teoría de los efectos .....	25
2.2.4 Internet.....	29
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	33
3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	33
3.2 DELIMITACIÓN.....	34
3.2.1 Sujeto y objeto .....	35
3.2.2 Tiempo y escenario.....	35
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	35
3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	36
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	37
3.6 MUESTRA.....	38

3.7 PLAN DE TRABAJO .....	39
3.8 PRESUPUESTO .....	41
4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	42
4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS .....	42
4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL .....	43
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	45
6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN.....	47
6.1 PRESENTACIÓN .....	47
6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO .....	47
6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO .....	48
6.4 PRODUCTO .....	49
7. REFERENCIAS .....	49
8. ANEXOS .....	69
8.1 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	69
8.2 CONSENTIMIENTOS INFORMADOS .....	71
8.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	71
8.4 Y OTROS QUE SEAN REQUERIDOS.....	71
8.4.1 Matriz categorial .....	71

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1.....	36
Tabla 2.....	39
Tabla 3.....	41
Tabla 4.....	42

## FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

**Título del proyecto de investigación:** Análisis del discurso periodístico que se presenta a través de los contenidos digitales publicados por La Pulla en su canal oficial de YouTube

**Línea de Investigación:** Comunicación y ciberculturas

**Sublínea:** Comunicación digital

**Facultad:** Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

**Programa Académico:** Programa Comunicación Social

**Palabras clave:** Discurso periodístico, contenidos digitales

**RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:** Con el auge de las nuevas tecnologías, los consumidores de información ahora sienten la necesidad de estar informados sobre lo que pasa a su alrededor en un límite de tiempo menor al acostumbrado y de una manera más dinámica, esta es la razón por la que los viejos medios han decidido incorporarse al mundo digital en el que ahora vivimos para que sus audiencias obtengan la información que buscan al alcance de un clic.

Con base en esto, en el presente proyecto de investigación se busca hablar de un canal informativo creado por el periódico El Espectador, donde los usuarios de las redes obtienen la información que desean y de la manera dinámica que buscan, con la posibilidad de ser escuchados a través de los comentarios que pueden dejar en los videos del canal de YouTube.

La Pulla se destaca porque sus contenidos políticos o educativos, tienen una forma discursiva muy grácil que permite a sus audiencias identificarse y sentirse cómodos al buscar la información, y ya que en este momento es uno de los canales de preferencia para estar conectados con la realidad de lo que sucede en el país se ha decidido que sea precisamente de sus contenidos donde se realice un análisis crítico de su discurso.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

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

En la actualidad YouTube se ha convertido en la plataforma más usada para obtener información y entretenimiento, tomando partes de: video, prensa y radio, para transmitir contenido alrededor del mundo en instantes. Dándole de esta manera un toque más arraigado a los gustos particulares de cada usuario.

El canal elegido en esta investigación es “La Pulla” que con su carácter de veracidad es ideal para aquellas personas que buscan dentro de la plataforma obtener información de aquello que los medios tradicionales no muestran. Y así desde las ciberculturas poder enfocar el trabajo desde la parte informativa y educativa que hace este canal y la comunicación digital que es nuestra sublínea que se enfoca esta investigación porque las nuevas tecnologías son ahora las protagonistas para ver la información y la plataforma de YouTube y las nuevas pantallas para lograr transmitir y ver estos nuevos medios de información.

### 1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Teniendo en cuenta el gran impacto que ha generado alrededor del mundo el fenómeno de los youtubers, deseando conocer más a profundidad el hecho de su fama entre las redes sociales y la preferencia de las audiencias de obtener información no desde lo tradicional, (revistas, periódicos, tv) sino a través de las plataformas como YouTube donde se encuentra contenido en instantes; se plantea este proyecto de investigación.

En el cual, para comprender las preferencias de esta era tecnológica se estudia un canal, cuyo contenido se ha ido volviendo cada vez más popular. El canal de La Pulla, donde se muestra contenido noticioso, es para los públicos que desean conocer lo que ocurre dentro y fuera de Colombia, para ello, se planea conocer ¿Cómo es el discurso periodístico que se presenta a través de los contenidos digitales publicados por La Pulla en su canal oficial de YouTube?

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 General**

Analizar el discurso periodístico que se presenta a través de los contenidos digitales publicados por La Pulla en su canal oficial de YouTube.

#### **1.3.2 Específicos**

Identificar la estructura del contenido noticioso promovido por La Pulla en sus contenidos digitales.

Definir las características de producción de la información periodística desarrollados por La Pulla.

Conocer los niveles de aceptación y rechazo del discurso periodístico por parte de los receptores a través de sus interacciones en el canal de YouTube La Pulla.

## 2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

### 2.1 ANTECEDENTES

En el proceso de selección de los antecedentes, se fijó el objetivo de establecer un seguimiento desde la creación de la red social YouTube, pasando por su evolución en términos de publicación, transmisión, tecnología y la facilidad de ser compartido a través de otras redes, permitiendo que sea accesible a un público más amplio.

Este proceso evolutivo, no solo ha permitido los avances mencionados, también generó nuevos productores de contenido que han cambiado las maneras tradicionales de transmitir información y entretenimiento para los usuarios de la nueva era digital.

Para dar un inicio a este proceso de investigación, uno de los antecedentes que se pudo encontrar fue “La plataforma de YouTube fue creada el 15 de febrero de 2005 por Jawed Karim, Steve Chen y Chad Hurley en un garaje de Silicon Valley (California, Estados Unidos) y desde sus comienzos fue pensada como una interfaz para compartir videos amateurs alternativos a la televisión” Sabich M.A, Steinberg L. (2017). Discursividad youtuber: afecto, narrativas y estrategias de socialización en comunidades de Internet. *Revista Mediterránea de Comunicación*. 8 (2), 174.

Con el surgimiento de la actividad multimedia, según Burgess & Green (como se citó en La profesionalización de los youtubers: el caso de Verdeliss y las marcas, 2018) dice que “en el caso de YouTube, han aparecido creadores de contenido adaptados a sus características particulares: los denominados youtubers. Estos nuevos comunicadores provienen de diversos trasfondos profesionales (o no tan profesionales), producen contenidos audiovisuales con cierta periodicidad y se organizan en torno a su sistema propio de celebridad, que refleja valores que muy frecuentemente no coinciden con los de los medios de comunicación de masas”.

Con base en lo anterior los youtubers, dan diverso contenido y permiten que, según Domingo, Martorell, Burgess & Green (como se citó en Discursividad youtuber: afecto, narrativas y estrategias de socialización en comunidades de Internet, 2017) dice que “las acciones de los usuarios recorren una multiplicidad de actividades que se vinculan con el entretenimiento, la información, la socialización, la producción y la (re)producción del conocimiento”.

Estos creadores, han tenido tanto impacto en las audiencias que Ramos & Herrero (como se citó en La profesionalización de los youtubers: el caso de Verdeliss y las marcas, 2018) dice que “No es solo su alcance sino también el fenómeno de los youtubers como líderes de opinión y, por lo tanto, su importancia como prescriptores”.

Apoyada por lo anterior se encuentra el referente número cinco, donde Van Dijk (como se citó en Discursividad youtuber: afecto, narrativas y estrategias de socialización en comunidades de Internet, 2017) dice que “una tecnología distinta, un cambio en los hábitos del usuario, un nuevo tipo de contenido y una transformación radical en la industria del entretenimiento”.

En la era digital, donde no existe tiempo para todo y hay mucho contenido las redes sociales revolucionaron el modo de adquirir información.

“Entonces, la presentación que hacen los nuevos youtubers al explicar de manera clara, didáctica y humorística, ayuda a esa comprensión que puede estar saturada o cansada, y trae al lector otra manera de ver el contenido y lo atrapa durante el tiempo de la intervención. En esa medida, los medios de comunicación tradicionales —consientes de esto y de los nuevos hábitos de consumo informativo—, se sienten obligados a buscar nuevas maneras de enviar mensajes con características de inmediatez, omnipresencia, interacción y, en muchos casos, hasta gratuidad, desplazando a un segundo plano la necesidad de acceso a los medios tradicionales para cubrir nuestra necesidad de estar informados. Igualmente, ponen a disposición figuras de youtubers” Calvo, E. (2018). YouTube como ecosistema comunicativo. ¿Una oportunidad para la cultura política? Tesis de maestría. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá D.C.

También se dice que “estos personajes para captar público en esa ágora social y adaptándose a esta nueva tendencia en el mundo digital, pero sin cambiar de fondo su propio objetivo” Calvo, E. (2018). YouTube como ecosistema comunicativo. ¿Una oportunidad para la cultura política? Tesis de maestría. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá D.C.

Una implementación, para cambiar la manera de ver el mundo informativo es según Scolari & Manovich (como se citó en Discursividad youtuber: afecto, narrativas y estrategias de socialización en comunidades de Internet, 2017) dice que “Desde una perspectiva del análisis del discurso, algunos investigadores

entienden a YouTube como un sistema mediático en el cual intervienen un número ilimitado de productos que se diferencian de aquellos elaborados por los medios de comunicación tradicionales”.

“También existen algunos canales especializados en temas políticos que apuestan por hacer una crítica o sátira política” Calvo, E. (2018). YouTube como ecosistema comunicativo. ¿Una oportunidad para la cultura política? Tesis de maestría. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá D.C. Lo que permite que los usuarios puedan ver de manera alternativa como se lee en el párrafo número dos.

Otros temas abordados son sobre “la formación en cultura política, a partir de los discursos presentados en YouTube, pasan por elementos como la ironía, la parodia y el espectáculo” Calvo, E. (2018). YouTube como ecosistema comunicativo. ¿Una oportunidad para la cultura política? Tesis de maestría. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá D.C. Dando un foco más atractivo al contenido político tradicional.

Se ha hecho un cambio con la manera de comunicar y por esto “El contenido audiovisual se ha convertido en uno de los vehículos expresivos y de aporte de información que se ha desarrollado de forma más rápida en Internet en los últimos años” Frígola, Palomo & Marca (2015). Análisis de los canales de vídeo de las asociaciones médicas españolas. Biblioteca Digital Repositorio Académico. 31(6), 307.

Los antecedentes aquí reunidos pueden ser de utilidad para la investigación, debido a que, no solo se cuenta con el factor de actualidad en sus contenidos sino también con la pertinencia abarcando el tema desde diversos puntos de interés.

## 2.2 DISCURSO PERIODÍSTICO

Para poder hablar de discurso periodístico, primero se debe aclarar qué es el discurso y según algunas definiciones de la RAE el discurso es: razonamiento o exposición de cierta amplitud sobre algún tema, que se lee o pronuncia en público. Según esto, se podría afirmar que discurso es aquello que se transmite con la intención de generar un impacto en las audiencias con la intención de convencer.

El discurso, es conocido en diversos términos debido a su gran amplitud; no se puede dar una sola definición universal de lo que es o lo que se pretende por medio de la articulación de un discurso dado que se desarrolla en diversos ámbitos de conocimiento y no posee otra intención más que comunicar buscando la manera de llegar a la mente de las audiencias para generar alguna reacción en ellas.

El discurso a estudiar en esta investigación es el discurso periodístico que “es el conjunto de reglas que buscan una lectura fácil, es decir, la presentación de un material informativo comprensible sin mayores esfuerzos” periodismo joven. (2004, 09 de abril). El discurso periodístico. *ABC Color Digital*. Recuperado de <http://www.abc.com.py/> este tipo de discurso, es el que desarrolla el objeto de estudio seleccionado para la presente investigación.

Al momento de realizar un discurso periodístico, se cuenta con algunos procesos que son los encargados de dar sentido a la información que se planea transmitir a través de este tipo discursivo, por eso es importante explicar la estructura que posee el discurso periodístico y a su vez hablar del proceso de producción que lleva al producto final el cual sería el discurso.

### **2.2.1 Estructura**

A la hora de desarrollar un contenido se debe tener presente la estructura, donde se establece según Van Dijk (1990) que “la organización temática del discurso periodístico desempeña un rol crucial. En consecuencia, este análisis sistemático de las estructuras textuales de la noticia comienza con una aclaración de nociones como tema o asunto” (pp. 53-54). Es importante establecer claridad en el hecho de que el tema o asunto son aquello que detona la noticia o el contenido que se va a abordar.

La estructura puede encontrarse dividida en dos partes que son importantes de abordar.

#### **2.2.1.1 Estructura temática**

Aquella en la que se abordan “los conceptos más importantes, relevantes, centrales o dominantes” (Van Dijk, 1990, p.54). De esta parte de la estructura se desprenden algunos aspectos que la conforman.

- 2.2.1.1.1 Macroestructura

En este aspecto abordamos aquello que es general como “resumen, núcleo, resultado final o de la información más importante de una declaración” (Van Dijk, 1990, p.54). Se usa al momento de referirse al contenido global que se está estudiando.

Por ejemplo, la semántica donde no solo se habla del significado, sino que también se habla de las referencias, eso quiere decir que esta parte de la estructura temática se encarga de organizar el contenido global, dar coherencia e identificar las ideas centrales de un discurso, como lo dice (Van Dijk, 1990, p.77). Los referentes que aborda la semántica provienen de los hechos, aquellos que son planteados en la proposición.

“Las proposiciones son los constructos de significado y referencia más pequeños e independientes del lenguaje y del pensamiento” (Van Dijk, 1990, p.54). Estas son usadas tanto para denotar hechos como para expresar pequeñas partes de una oración; suelen ser integradas para crear macroproposiciones, que son las proposiciones completas y lógicas que dan a conocer el tema de un discurso.

En este modo se le facilita al público comprender el mensaje que se está transmitiendo, ya que no se toman los pequeños constructos, sino que se hace una unidad donde se integran las pequeñas partes y se crea el sentido completo de la oración para así sintetizar la información, esto da paso al segundo aspecto a abordar dentro de la estructura temática.

- 2.2.1.1.2 Macrorreglas

“Las macrorreglas, básicamente, reducen la información” (Van Dijk, 1990, p.56). Esto se hace según un orden jerárquico, se empieza desde la información más general para llegar a la parte de la información más importante.

Para realizar esta labor, las macrorreglas se encargan de suprimir, es decir, eliminar la información que ya no es relevante dentro del contenido que se está abordando; crear una secuencia de proposiciones, donde “podemos tomar una secuencia de proposiciones y reemplazarlas por una generalización” (Van Dijk, 1990, p.56). Y, para finalizar, se aplica la proposición por macroproposición, donde se puede recurrir a “reemplazar una secuencia de proposiciones que denoten las condiciones usuales, los componentes o las consecuencias de un acto o suceso, por una macroproposición que denote el acto o suceso como un todo” (Van Dijk, 1990, p.56).

Con esto, se puede dar por finalizada la primera parte de la estructura, para abrir paso a la segunda.

### 2.2.1.2 Esquema de la noticia

Cada discurso cuenta con una serie de categorías que se deben organizar de manera jerárquica para permitir una comprensión completa de su contenido, por eso es que el esquema de la noticia es importante, dado que “define las formas posibles en que los asuntos y los temas pueden insertarse y ordenarse en el texto real” (Van Dijk, 1990, p.56). Pensando en la debida organización del producto que se le va a enseñar a las audiencias, el orden se asigna desde la

primera información que adquieren hasta los comentarios que pueden emitir respecto a ella.

- 2.2.1.2.1 Resumen: titular y encabezado

Esta información, al ser el abre bocas de lo que será el contenido de la noticia puede tener un mayor impacto en las audiencias; el titular y el encabezado son el factor que llamará la atención del público a la hora de elegir un contenido dado que “juntos expresan los principales temas del hecho” (Van Dijk, 1990, p.83). Ambos, en conjunto con el resumen que “es la información más importante, la sustancia, el objetivo final del texto” (Van Dijk, 1990, p.59). Cumplen con la labor de ser la primera parte del esquema noticioso, donde la información empieza a captar la atención de las masas.

- 2.2.1.2.2 El contexto y sus antecedentes

Los antecedentes a la hora de producir una noticia son una parte fundamental, dado que a la hora de transmitir información se le brinda al público la oportunidad de comprender los motivos por los cuales están sucediendo los hechos que se van narrando y de esa manera se puede contextualizar el contenido.

- 2.2.1.2.3 Consecuencias

Son normales al momento en que se brinda una información y dentro de la jerarquización del esquema de la noticia tienen tal relevancia que es posible que sean mencionadas en los encabezados o primeras partes del contenido; esto se

da gracias a que según Van Dijk (1990) “a veces, las consecuencias son incluso más importantes que los propios acontecimientos informativos” (p.85).

Estas consecuencias llevan a una categoría específica que son las reacciones verbales, según Van Dijk “permite a los periodistas formular opiniones que no necesariamente son las suyas propias, pero que, no obstante, son objetivas, ya que han sido realmente formuladas” (p.87). En su mayoría se obtienen de periódicos o fuentes políticas.

- 2.2.1.2.4 Comentario

Esta parte del esquema de la noticia da cuenta de “las opiniones y las evaluaciones del periodista o el propio periódico” (Van Dijk, 1990, p.87). Lo que puede tomarse desde la perspectiva del periodista como la persona que obtiene la información; aunque, también se considera que en algunos casos la persona que emite la información no debería poseer la libertad de comentar respecto a ella.

El comentario se encuentra dividido en dos categorías que permiten entenderlo mejor: la primera que es la evaluación, que “caracteriza las opiniones evaluativas sobre los acontecimientos informativos actuales” (Van Dijk, 1990, p.87). Por lo cual se puede observar una jerarquización entre las reacciones a noticias más actuales de las que ya han pasado; y la segunda que son las expectativas, aquellas que “formulan consecuencias políticas o de otro tipo sobre los sucesos actuales y la situación” (Van Dijk, 1990, p.87). Con esta información el periodista puede tener una idea previa de acontecimientos que pueden suceder más adelante.

## 2.2.2 Producción

“La producción de noticias, obviamente, supone las actividades y las interacciones periodísticas, tanto entre los periodistas como entre otros muchos miembros de la sociedad” (Van Dijk, 1990, p.140). Y según lo que se entiende de esto, la producción de un contenido no solo dependería del periodista que se encarga de darlo a conocer, sino que también depende de los motivos, los públicos y el contexto en que se desarrolla el hecho para tomar la forma que necesita para salir a la luz.

Tal como en el apartado anterior donde hablamos de la estructura, la producción también cuenta con dos factores que son los encargados de darle el funcionamiento apropiado.

### 2.2.2.1 Producción del discurso

“la producción de noticias debe analizarse principalmente en términos del procesamiento del texto... Con la frase "procesamiento del texto" no sólo queremos decir que un texto periodístico está siendo procesado, es decir, escrito en varias etapas o fases.” (Van Dijk, 1990, p.141). Esto no quiere decir que el hecho se dio directamente desde la observación, sino que en algunas ocasiones el periodista se encarga de adaptar la información que ya ha sido dada al ambiente que desea transmitirla, esto puede ser tomado como los conocidos modelos situacionales.

- 2.2.2.1.1 modelos situacionales

“No es necesario que los procesos de producción comiencen con el ingreso de información, sino que pueden empezar con modelos situacionales” (Van Dijk, 1990, p.154). Basados en lo que las audiencias desean conocer.

Estos modelos que se encuentran divididos entre la estructura comunicacional que de acuerdo con Van Dijk (1990) es donde se “formulan intenciones para realizar un acto de habla, por ejemplo, una aseveración o una pregunta” (p.154). Y las limitaciones locales que “pueden aplicarse a la comprensión y a la producción del discurso periodístico. Aun así, debido a que el discurso periodístico tiene sus características estructurales propias, así como contextos de comunicación y sociales específicos” (Van Dijk, 1990, p.154).

Sin importar lo difícil que sea la información que el público desea conocer o que tan distinto culturalmente sea el contenido, es deber del periodista adaptar según los conocimientos del contexto social y del público al que se va a dirigir la información para hacer comprensible el contenido que se ha transmitido o que se va a transmitir.

Para profundizar la información anterior también se debe tener en cuenta otro proceso en el cual se abordan los procesos que deben ser aplicados a la producción.

#### 2.2.2.2 Procesamiento del discurso y cognición social

En este apartado se busca profundizar el conocimiento planteado en el apartado anterior, estableciendo claridad en algunas dimensiones sociales expuestas en diversas partes; en primer lugar, se hablará de los principios cognitivos como un planteamiento que “garantiza que una importante condición de la interacción social, concretamente la capacidad de la comprensión recíproca, esté garantizada en cierto nivel elemental” (Van Dijk, 1990, p.154). Dado que la capacidad de comprensión recíproca es la más básica que tienen los seres humanos en cualquier lenguaje dado que se adquiere más conocimiento a la hora en que es compartido por personas dentro de su mismo círculo social.

En segundo lugar, se encuentra la percepción y la interacción, según Van Dijk (1990) “los actores u observadores pueden tener experiencias similares y, por lo tanto, al menos parcialmente, modelos similares” (p.156). En cuyo caso, los participantes tienen la posibilidad de compartir sus experiencias pasadas y futuras; en tercer lugar, se aborda la comprensión parcial y compartida “en relación con las formas de discurso públicas, como las de los medios de comunicación. Esto permite a grandes grupos de personas disponer de modelos similares de las mismas situaciones” (Van Dijk, 1990, p.156). En donde todos comprenden la información de la misma forma pero que tiene diversas interpretaciones.

El cuarto modelo es el de interpretación en contextos sociales, donde se habla de que “los modelos se forman no sólo a partir de la situación del texto, sino también sobre la situación comunicacional misma” (Van Dijk, 1990, p.156). Y no solo se centra en la noticia, sino que se observa el contexto que la rodea para poder comprenderla. En el quinto, que es el aprendizaje según Van Dijk (1990) “este proceso está dedicado especialmente a la preparación de información para el uso más general, social” (p.156). Donde se transmiten creencias o conocimientos que se quieren impregnar en el público a través del discurso.

Por último, en el sexto lugar, se encuentra la memoria, es decir “la adquisición de conocimiento y creencias a través del discurso en las vidas de las personas” (Van Dijk, 1990, p.156). Lo que se puede tomar como referente a las memorias sociales transmitidas de generación en generación.

### 2.2.3 Teoría de los efectos

A la hora de abordar un tema como los efectos que puede generar cierto contenido transmitido a un público, es necesario entender que “por efectos o impactos entendemos las consecuencias que tienen sobre el individuo y la sociedad la exposición de éstos a los medios de comunicación de masas” Marcos, F.A. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas* (Tesis de posgrado) Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España. Con base en lo anterior se explican algunos de los efectos que se pueden presentar en las audiencias.

#### 2.2.3.1 Todopoderosos

Con efectos todopoderosos se habla de aquellos que se basan en la teoría de la aguja hipodérmica, en la cual “la comunicación masiva se consideraba sumamente poderosa. Se creía que era capaz de moldear directamente la opinión pública y lograr que las masas adoptaran casi cualquier punto de vista que el comunicador se propusiera” Lozano, J.C, (2007), *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Monterrey México, Pearson Educación. Por esa razón se

consideran efectos todopoderosos “ya que atribuye un poder casi total a los medios de comunicación para, sobre todo a partir de la propaganda ejercer una influencia casi total, instantánea y homogénea sobre el público” Marcos, F.A. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas* (Tesis de posgrado) Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España. Es decir que todo lo transmitido a las audiencias era adoptado como una realidad absoluta.

#### 2.2.3.2 Limitados o mínimos

En este punto, se limitan los efectos que se plantean en lo anterior, dado que se afirma que “los efectos no eran tan poderosos como se había pensado, puesto que los públicos seleccionaban a qué se exponían, no todos ellos eran igualmente afectados, entraron en escena conceptos como actitud, voluntad, interés, y se empezaron a establecer criterios de diferenciación entre sectores de población” Marcos, F.A. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas* (Tesis de posgrado) Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España. Lo que plantea que ahora la audiencia tenía derecho a decidir qué tipo de contenido deseaba conocer y cómo recibía la información que le era transmitida.

Una vez planteado el hecho de que la comunicación ya no era recibida del mismo modo por el público y que existían diversos gustos o formas de adquirir el conocimiento que se transmitía se plantearon dos aspectos para evaluar las limitaciones que se presentan a la hora de que las audiencias reciban un contenido.

- 2.2.3.2.1 Corriente empírico-experimental o de la persuasión

“Su campo de interés era básicamente descubrir el por qué fracasa un mensaje, y la eficacia óptima del mismo para llegar a la persuasión” Marcos, F.A. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas* (Tesis de posgrado) Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España. De este modo, aunque se desestima el poder total de los medios en las audiencias para que una información sea adquirida tal cual como se envía, puede entenderse el deseo del medio de inculcar información en las masas.

- 2.2.3.2.2 Teoría funcionalista de la comunicación de masas

“La teoría funcionalista consiste en definir la problemática de los medios a partir del punto de vista de la sociedad y de su equilibrio” Wolf (1987 citado en Marcos, 2010). Se debe tener en cuenta el entorno al que se le va a transmitir la información y la posible respuesta que se recibirá de este, para conocer cómo funciona el proceso de distribución para las audiencias, también se deben tener presentes las posibles consecuencias que se pueden presentar al momento en que el público recibe la información.

Una de estas consecuencias puede ser las funciones manifiestas, aquellas en las que se encuentran “los resultados buscados explícitamente” Lozano, J.C, (2007), *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Monterrey México, Pearson Educación. Aquello que se estaba buscando al momento de transmitir la

información; otra puede ser las conocidas como funciones latentes, donde los resultados son aquellos que no se esperaban por el medio, pero que, aun así, son positivos; por último, se contaría con las disfunciones, donde “los efectos indeseables desde el punto de vista de la sociedad o de sus miembros” Lozano, J.C, (2007), *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Monterrey México, Pearson Educación. En los cuales las audiencias repelen la información que les fue dada por parte del medio de comunicación.

#### 2.2.3.3 Efectos poderosos bajo condiciones limitadas

Es una mezcla de los dos anteriores, donde se busca demostrar que a pesar de que los medios de comunicación han perdido un poco su influencia en los públicos, siguen teniendo un gran poder; tal como se puede evidenciar en los líderes sociales, antes pesaba mucho su opinión en la sociedad, pero con la aparición de los medios dejaron de ser tan influyentes en las audiencias (Marcos, 2010).

#### 2.2.3.4 Crítica

Se encuentra más ligada a los efectos todopoderosos, dado que se cree que el medio de comunicación tiene el poder o la capacidad total de persuasión sobre la sociedad; su relación con la escuela de Frankfurt se da gracias a que en esta escuela se mide a la sociedad y sus formas de recibir la información más no al medio de comunicación.

#### 2.2.4 Internet

Con las palabras del autor Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet*. Madrid. Cambridge University Press. “Internet es uno de los inventos más notables que han logrado nunca los seres humanos. En términos de cuál es su impacto en la sociedad, ostenta el mismo rango que la imprenta, el ferrocarril, el telégrafo, el automóvil, la energía eléctrica y la televisión”.

En otros términos, Internet podría ser considerado como uno de los avances más importantes de la historia debido a su impacto en las masas, en sus conocimientos y percepciones del mundo. No solo se habla de un organismo que deja la información al alcance de aquella persona que lo busca, sino que también se habla de aquello que contiene grandes cantidades de conocimiento transmitido a gran escala alrededor del mundo.

Pero, a pesar de poseer variadas definiciones de lo que es Internet “Aún no acabamos de definir si estamos frente a un nuevo medio, a un nuevo soporte para la comunicación, a un medio de comunicación, de información o sólo de entretenimiento” Kiss de Alejandro, D. (2006). *Niveles de interacción en la comunicación en Internet*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 15, 45-57. Todo esto a causa de que Internet es en sí mismo un todo, se está hablando de un fenómeno que abarca lo que son medios, comunicaciones, almacenamiento y entretenimiento en un solo organismo y darle a un sujeto tan amplio una definición en específico hasta el momento no es posible.

Y, como un fenómeno amplio para abordar, Internet cuenta con tres etapas evolutivas en la actualidad de las cuales debemos hablar.

#### 2.2.4.1 Web 1.0

Un primer paso para lo que es la World Wide Web viene de lo que es la Web 1.0 que “Se basa en la Sociedad de la Información, en medios de entretenimiento y consumo pasivo” Belloch, C. (2001). *Recursos tecnológicos (TIC)*. Valencia, Valencia, España: Universidad de Valencia, Unidad de Tecnología Educativa. Como son los inicios de una comunicación a través de un entorno digital no existía en ese momento una posibilidad de retroalimentación, realmente se trata de un alcance a la información nada más.

“Las páginas web son estáticas y con poca interacción con el usuario” Belloch, C. (2001). *Recursos tecnológicos (TIC)*. Valencia, Valencia, España: Universidad de Valencia, Unidad de Tecnología Educativa. Lo que quiere decir que solo se trataba de páginas web de contenidos de lectura. Luego de que se alcanzaran estas capacidades de adquisición de información las necesidades de los usuarios fueron creciendo con base a lo que ofrecían estas páginas, lo que generó un proceso evolutivo que llegó al desarrollo de la etapa evolutiva número dos de Internet.

#### 2.2.4.2 Web 2.0

El impacto de la Web 2.0 se da cuando llega el cambio, ya que esta Web “Se basa en la Sociedad del Conocimiento, la autogeneración de contenido, en medios de entretenimiento y consumo activo” Belloch, C. (2001). *Recursos tecnológicos (TIC)*. Valencia, Valencia, España: Universidad de Valencia, Unidad de Tecnología Educativa. Dando a entender que las necesidades de los usuarios

de ser escuchados fueron atendidas y ahora no solo podían adquirir la información, sino que también podían ser partícipes de lo que estaban consumiendo.

“En la 2.0 cualquiera puede crear, la democratización de la edición se hacía más patente que con el paradigma Web anterior” García Aretio, L. (2014). *Web 2.0 vs web 1.0*. El dinamismo ofrecido en este punto era completamente aceptado por los receptores que en ese momento también se convertían en emisores de conocimiento, así, fue llegando la necesidad de compartir más allá de conocimientos las experiencias de aquellos que estaban incursionando en el uso de las tecnologías ofrecidas por los medios, de esa forma, con la Web 2.0 llegaron lo que hoy se conoce como redes sociales.

- 2.2.4.2.1 YouTube

“YouTube fue una revolución total. El espacio ideal para buscar e intercambiar videos cortos por todo el planeta y para acceder al contenido que nunca hubiésemos imaginado” Balarezo, B. (2018). *ANÁLISIS SOBRE EL USO DE LA PLATAFORMA DIGITAL YOUTUBE Y SU INFLUENCIA EN NIÑOS/AS DE 7 A 10 AÑOS DE LA CIUDADELA LOS CIDROS, GUASMO CENTRAL, CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIAS DEL GUAYAS, PERÍODO 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. La capacidad de hablar de una forma más interactiva con aquellas personas que se encuentran a través de la pantalla permitía que se diera una mejor conexión entre los individuos que se encuentran buscando los contenidos.

Y, la página siendo consciente de su impacto en las audiencias, desde su parte corporativa se encarga de aclarar que, según Vera Mondragón, J. (2018). “YouTube comprende que todos y cada uno de los usuarios hacen que el sitio sea lo que es y les agradece que YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web participen activamente en la creación de nuevas funciones y que formen parte de los nuevos desarrollos del sitio”.

En el desarrollo del presente trabajo de investigación, se desarrollará un poco más lo que es la plataforma YouTube, pero desde una mirada un poco más crítica, analizando contenido discursivo en uno de sus canales, que cuenta con una unión de formato impreso y mediático.

Pero, antes de llegar a ese desarrollo, se debe hablar de la última etapa evolutiva de Internet hasta ahora.

#### 2.2.4.3 Web 3.0

Esta Web nos habla de “Las innovaciones que se están produciendo en estos momentos se basan en Sociedades Virtuales, realidad virtual, web semántica, búsqueda inteligente” Belloch, C. (2001). *Recursos tecnológicos (TIC)*. Valencia, Valencia, España: Universidad de Valencia, Unidad de Tecnología Educativa. Con esta Web lo que se pretende es que al usuario ingresar en cualquier contenido de su agrado, el buscador automáticamente adquiere la capacidad de brindarle recomendaciones similares al contenido de búsqueda inicial, mejorando de esta manera la navegación del usuario dentro de la plataforma.

#### 2.2.4.4 Web 4.0

“La web 4.0. empezó en el 2016 y se centra en ofrecer un comportamiento más inteligente y más predictivo, de modo que podamos, con sólo realizar una afirmación o una llamada, poner en marcha un conjunto de acciones que tendrán como resultando aquello que pedimos, deseamos o decimos” Latorre, M. (2018). *Historia de las Web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0*. Universidad Marcelino Champagnat. Se puede inferir que ahora con un clic se pueden crear interacciones más predictivas y cercanas entre todas las páginas con contenidos similares al de la búsqueda que se originó.

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

En el proceso de desarrollo de esta investigación, se busca implementar el paradigma histórico hermenéutico, en el cual “*se busca comprender el quehacer, indagar situaciones, contextos, particularidades, simbologías, imaginarios, significaciones, percepciones...*” (Cifuentes, R. *Diseños de proyectos de investigación cualitativa* Edición 1. P.30. Buenos Aires. 2011).

Es válido para aplicarse dado que se puede indagar la manera en la que el sujeto de investigación genera cambios en las perspectivas de los receptores y a

la vez produce información a partir de su conocimiento del contexto en el cual se desarrolla; no existe neutralidad desde el sujeto de investigación y su vida cotidiana por lo tanto se puede observar con facilidad la participación del sujeto en el entorno, lo que facilita el poder comprender su influencia y la reacción que produce en su público.

En concordancia con los objetivos planteados se considera apropiado para esta investigación que desarrolla el paradigma histórico hermenéutico aplicar el tipo análisis del discurso, que trata de *“analizar las representaciones discursivas puestas en circulación por cada medio”* (Sayago, S. *El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales*. P.5. Chile. 2014).

Se considera pertinente para este estudio debido a que el análisis del discurso se centra en categorías como el estudio del lenguaje que se desarrolla dependiendo del contexto, la interacción que se puede generar entre el sujeto y la audiencia, el mensaje que desea transmitir y muchos otros factores que hacen de este tipo de investigación el más apropiado.

### **3.2 DELIMITACIÓN**

### **3.2.1 Sujeto y objeto**

En la presente investigación, se eligió como objeto de estudio los vídeos que se presentan en el canal oficial de YouTube La Pulla, debido a que se pretende conocer la razón de la popularidad que tiene este canal según la estructura y producción de sus contenidos, además de los efectos que generan en sus espectadores.

### **3.2.2 Tiempo y escenario.**

El tiempo total pensado para el desarrollo total de esta investigación se da desde el año 2018-02 y finalizará en el año 2020-01, mientras que el tiempo parcial del cual se toma la muestra de los vídeos a los cuales se les realizará el análisis pertinente según lo planteado en el trabajo presentado será enero-abril del año 2019; estos vídeos que en total son 14 estarán divididos en dos secciones, las cuales son: el segmento de La Pulla y el noticiero “Me acabado de enterar de...”, cada uno con 7 vídeos.

## **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

En la presente investigación, siguiendo los procesos que conlleva un estudio de investigación cualitativo se recolecta el siguiente proceso para ejecutar el análisis del discurso.

<b>FASE #1</b>	Elección del tema a investigar
	Búsqueda de antecedentes
	Definir el objeto de estudio
	Realización de los objetivos
<b>FASE #2</b>	Investigación de los teóricos
	Elección del autor
	Desarrollo de la matriz categorial
	Elección de los instrumentos
	Realización de ficha de recolección de datos
<b>FASE #3</b>	Ajustes al marco teórico
	Desarrollo del trabajo de campo
	Agrupación/Sistematización de los datos
<b>FASE #4</b>	Análisis de datos redactados en comparación con las categorías apriorísticas
	Hallazgos y categorías emergentes
	Organización completa del trabajo de grado

**Tabla 1.**

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

La técnica que se empleará en este proyecto será la ficha de análisis de contenido, la cual se aplicará a los tres objetivos específicos planteados al inicio

de esta investigación; el número uno donde se va identificar cuál es la estructura del contenido noticioso promovido por La Pulla en sus contenidos digitales, el segundo donde se busca definir las características de producción de la información periodística desarrollados por La Pulla y el tercero que es donde se van a conocer los niveles de aceptación y rechazo del discurso periodístico por parte de los receptores escogidos a través de una muestra aleatoria simple para estudiar sus interacciones en los contenidos del canal de YouTube.

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

Para el análisis de la información se diseñarán matrices donde podrá quedar consignado todo aquello que se experimentará a través del trabajo realizado como recurrencias, contradicciones, lectura cruzada, patrones y convergencias, todo aquello para que se pueda adquirir el conocimiento necesario sobre el objeto de estudio a investigar.

La triangulación de las bases teóricas presentadas previamente en este proyecto en conjunto con las categorías que pueden surgir a medida que se avanza en la investigación y el conocimiento que se puede adquirir a través de las técnicas de generación y recolección, serán el constructo para la validación de la información.

### 3.6 MUESTRA

En esta investigación serán observados 14 vídeos del canal oficial de YouTube La Pulla debido a su actualidad, se establecieron 7 vídeos por las dos secciones “La Pulla” y el noticiero “Me acabo de enterar de...” presentadas en el canal.

Para alcanzar el último objetivo planteado en donde se desea conocer los niveles de comprensión del discurso periodístico por parte de los receptores a través de sus interacciones en el canal de YouTube La Pulla, se aplica la fórmula de un muestreo aleatorio simple para obtener la cantidad exacta de los comentarios que deben ser analizados.

	P	Q	Z	E	N	
Video 1	0,5	0,5	1,96	0,1	2600	93
Video 2	0,5	0,5	1,96	0,1	2334	92
Video 3	0,5	0,5	1,96	0,1	3562	94
Video 4	0,5	0,5	1,96	0,1	6041	95
Video 5	0,5	0,5	1,96	0,1	3616	94
Video 6	0,5	0,5	1,96	0,1	1358	90
Video 7	0,5	0,5	1,96	0,1	2581	93

Video 13	0,5	0,5	1,96	0,1	577	82
Video 14	0,5	0,5	1,96	0,1	729	85
Video 15	0,5	0,5	1,96	0,1	598	83
Video 16	0,5	0,5	1,96	0,1	408	78
Video 17	0,5	0,5	1,96	0,1	726	85
Video 18	0,5	0,5	1,96	0,1	311	73
Video 19	0,5	0,5	1,96	0,1	472	80

**Tabla 2**

### 3.7 PLAN DE TRABAJO

PLAN DE TRABAJO														
ACTIVIDAD	OCTAVO SEMESTRE				NOVENO SEMESTRE				DÉCIMO SEMESTRE				RESPONSABLE	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Revisión y ajuste del proyecto	X	X	X	X										Luis Fernando Zúñiga Melo
Etapas de consolidación de los referentes teóricos y las categorías de análisis apriorísticas	X	X	X	X										Luis Fernando Zúñiga Melo
Revisión del diseño de instrumentos de registro, sistematización y análisis de la	X	X	X	X	X									Luis Fernando Zúñiga Melo y María Cecilia González Callejas

información y muestreo																	
Primer o segundo pilotaje de instrumentos			X	X		X											Luis Fernando Zúñiga Melo y María Cecilia González Callejas
Trabajo de campo			X	X	X	X											Luis Fernando Zúñiga Melo y María Cecilia González Callejas
Informe de avance octavo semestre	X		X														Luis Fernando Zúñiga Melo
Análisis e interpretación de información y resultados finales								X						X			María Cecilia González Callejas
Informe de avance noveno semestre						X		X									María Cecilia González Callejas
Elaboración del producto de investigación (décimo semestre)													X				María Cecilia González Callejas
Entrega final de trabajo de grado				X				X						X			Luis Fernando Zúñiga Melo y María Cecilia González



Aplicación de instrumentos	No aplica		
Impresos y publicaciones	No aplica		
Papelería	No aplica		
Transporte de investigadores	Asesorías	30.000	60.000
Otros gastos	Comida	50.000	100.000

**Tabla 4**

## 4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

Para realizar el proceso de sistematización, tabulación y organización de la información obtenida a través de las fichas de análisis diseñadas para los dos primeros objetivos planteados en el trabajo “Identificar cuál es la estructura del contenido noticioso promovido por La Pulla en sus contenidos digitales” y “Definir las características de producción de la información periodística desarrollados por La Pulla”, cada ficha corresponde a un código (V1OB1..., V1OB2...).

En el proceso de selección de los videos que iban a ser sometidos a un análisis se tuvo en cuenta la actualidad, centrándose principalmente en aquellos desde enero hasta marzo del año 2019, cuando se comenzó con el proceso de realización del trabajo de campo; se tomaron en cuenta tanto los videos de La Pulla como el noticiero Me Acabo de Enterar, siendo 7 videos por sección del canal.

#### **4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL**

Se ha observado que en el OB1 las subcategorías nivel 2 semántica y macroproposiciones van relacionadas en cuanto a que ambas se obtienen de la misma idea, con la diferencia de que la primera se centra en el orden consecutivo que se le da al desarrollo del video y la otra es el complemento de ese orden.

En la sección de Me Acabo de Enterar se observa que, en todos los videos analizados, las subcategorías nivel 2 contexto, antecedentes y reacciones verbales del OB1 se relacionan debido a que se basan en otras fuentes de información para sustentar lo que están transmitiendo en su discurso, con la única diferencia de que en la primera también se usan imágenes, gifs y memes para dar una mejor conexión con el hecho.

En la sección de La Pulla, se analiza en las fichas que V5OB1 y V7OB1 se relacionan en cuanto las subcategorías nivel 2 resumen y contexto debido a que en la primera se da un abrebocas de la información mientras que en la segunda se profundiza con fragmentos de otras fuentes.

Las subcategorías nivel 1 macroestructura, resumen: titular y encabezado, contexto y sus antecedentes se repiten las razones por las que Pablo Escobar no debería ser considerado un héroe en el V8OB1.

La subcategoría nivel 2, expectativas, no aplica en V16OB1 y V17OB1.

En V7OB1 se repite la misma información en las subcategorías nivel 2, semántica, macroproposiciones, suprimir, secuencia de proposiciones y proposición x macroproposición.

A excepción del OB2, V5OB2, V7OB2 y V8OB2, en los demás se relacionan las subcategorías 1, interpretación en contextos sociales y memoria cognitiva debido a que la primera se basa en fragmentos de noticia que permite un mejor desarrollo de la segunda; aunque no se presente en todos los ítems tratados en el video.

La subcategoría nivel 2, el aprendizaje, no se presenta en ninguno de los videos de la sección Me Acabo de Enterar; y, la subcategoría nivel 2, interacción, solo se presenta en el V15OB2.

En V14OB2 y V18OB2 se presenta la subcategoría nivel 2, interpretación en contextos sociales.

En la sección La Pulla, se presenta la subcategoría nivel 2, interacción, se presenta en V1OB2, V5OB2 y V7OB2.

La subcategoría nivel 2, limitaciones locales, solo en V2OB2 y V7OB2 se ve contenido que no va dirigido a la población colombiana.

En el OB3, en la sección de La Pulla en el V7OB3 se muestra un comentario en la categoría Comentarios con conexión a otros videos del canal y en el V1OB3 se muestra un comentario en la categoría Comentarios con conexión a otros videos de otros canales.

En la sección La Pulla ninguno de los siete videos analizado se evidenció un comentario con relación a la categoría Comentarios publicitarios.

En la sección La Pulla ninguno de los siete vídeos analizados se evidenció un comentario con relación a la categoría No me gusta.

En la sección Me Acabo de enterar, ninguno de los siete vídeos evidencia la categoría no me gusta, comentarios con conexión a otros vídeos y comentarios con conexión a otros videos de otros canales.

El V19OB3 es el único video de la sección Me Acabo de Enterar que cuenta con un comentario en la categoría comentarios publicitarios.

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Algunas de las conclusiones que se pudieron obtener después de realizado el trabajo de campo y de haber observado los resultados arrojados para cada objetivo basados en lo planteado durante el desarrollo del proyecto nos permite conocer que en el canal de La Pulla se maneja una estructura específica.

En cuanto a la sección Me Acabo de Enterar, en donde siempre se hace un inicio atractivo para las audiencias y tratan de dividir las noticias según lo que

consideran fueron los acontecimientos más importantes de la semana; además, el factor de que se apoyen en fuentes externas ayuda a dar credibilidad a lo que se menciona en el noticiero.

Por otro lado, en la sección de La Pulla sus estructuras son similares, pero tienen cambios cuando se habla de un personaje o de una situación; en la primera son críticos, dan su punto de vista sin importar opiniones externas pero siempre con las bases necesarias para realizar las acusaciones o las observaciones sobre ese sujeto en específico; en diferencia, durante la segunda se guían de una visión más general, no van a los detalles sino que abordan el tema dependiendo de la importancia que tiene en el momento.

Las fuentes externas ayudan en la construcción de ambas secciones del programa debido a que no se realiza una selección aleatoria de la información que se va a abordar, sino que se puede observar la preparación que tienen en cada vídeo que suben al canal.

En el proceso de producción es claro que se mantienen las mismas bases en ambas secciones del canal, solo se realizan cambios en dos vídeos de la sección de La Pulla, los cuales no están dirigidos necesariamente a la población colombiana sino que se enfrasan en abordar los temas de la migración venezolana; mientras que, en Me Acabo de Enterar la estructura se mantiene igual, con un inicio donde se da la bienvenida a los espectadores, se muestran las noticias nacionales, internacionales, de entretenimiento y se da una despedida que invita a ver el próximo noticiero.

Por último, al conocer los niveles de aceptación y rechazo se descubrió que el 99.9% de los espectadores analizados está en la aceptación y en ninguno de los comentarios de ambas secciones se dio un comentario que rechazara completamente lo dicho por los presentadores durante sus vídeos.

En conclusión, La Pulla es una fuente de información que el público reconoce como aceptable y que permite el acceso a información de manera sencilla y rápida para sus audiencias, razón por la cual se puede decir que se cumplió con los todos los objetivos planteados.

## **6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN**

### **6.1 PRESENTACIÓN**

En el siguiente artículo se aborda el análisis del discurso periodístico que se presenta a través de los contenidos digitales publicados por la pulla en su canal oficial de YouTube, condensando todo el proceso investigativo que se llevo a cabo durante todo el desarrollo del proyecto.

La tesis, tipo de investigación análisis del discurso contó con diversos inconvenientes en sus inicios debido a la falta de referentes teóricos, también existieron complicaciones en el momento de centralizar los objetivos, todo esto se aborda en el artículo.

### **6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

El artículo que se presenta va dirigido principalmente a los estudiantes universitarios, que buscan enfocar su conocimiento hacía el discurso presentado a través de las redes sociales, ya sea en YouTube o en alguna otra plataforma.

Aquellas personas que buscan conocer sobre estructura, producción y audiencias también podrían estar interesadas en el producto que se realizó con base de este proyecto, donde se aclaran dudas sobre el proceso investigativo y se puede obtener un abrebocas de lo que será esta tesis.

Con los pocos referentes teóricos sobre este tema abordado, el artículo muestra que el autor Teun Van Dijk es la fuente principal de todo el desarrollo de este material, aunque su texto fuera base para traerlo al mundo digital, sus contenidos abrieron paso a la realización del contenido.

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

Para la elaboración del artículo *análisis del discurso en la era digital con el fenómeno youtuber* se tomó como base el presente proyecto, la idea al momento de la elaboración era condensar de forma ordenada y llamativa la información que se encuentra a lo largo de esta investigación, para que de ese modo las audiencias pudieran comprender o hacerse a una idea de los temas que se abordan en este producto.

## **6.4 PRODUCTO**

**Análisis del discurso en la era digital con el fenómeno youtuber**

**Discourse analysis in the digital age with the youtuber phenomenon**

Natalia Montoya Espinosa (natalia.montoyaes@amigo.edu.co)

Luisa Fernanda Pérez Pérez (luisa.perezer@amigo.edu.co)

### **Palabras clave**

Análisis del discurso, periodismo digital, estructura y producción en YouTube.

### **Key Words**

Discourse analysis, digital journalism, YouTube structure and production.

## Resumen

Con el auge de las nuevas tecnologías y la aparición de los fenómenos de redes llamados 'youtubers' creció la necesidad de entender la relevancia que están tomando estas personas en la vida de los millones de los seguidores; ¿cuál es la información que transmiten?, ¿cómo lo hacen?, ¿es o no importante lo que están consumiendo los usuarios de las redes?... esas interrogantes fueron las que dieron pie a esta investigación.

Se seleccionó un canal nacional creado por el periódico El Espectador, que ha tenido un alto impacto desde sus inicios, centrando la atención en que es informativo, educativo y la información que se transmite tiende a ser de relevancia en las sociedades actuales.

De acuerdo con esta situación se planteó conocer ¿cómo es el discurso periodístico que se presenta a través de los contenidos digitales publicados por La Pulla en su canal oficial de YouTube? Para responder a esta pregunta planteada se realizó el siguiente objetivo: Analizar el discurso periodístico que se presenta a través de los contenidos digitales publicados por La Pulla en su canal oficial de YouTube.

Al momento de desarrollar el objetivo se creó un instrumento el cual fue la ficha de análisis de contenido que permitió alcanzar tres componentes del mismo para así realizar el análisis que se buscaba de los contenidos del canal de YouTube.

### **Abstract**

With the increase of new technologies and the appearance of the phenomena of social networks called 'youtubers', the need grew to understand the relevance that these people are taking in the lives of millions of followers; What is the information they transmit? How do they do it? Is it important or not what the users of the networks are consuming? ... These questions were the ones that gave rise to this investigation.

A national channel created by the newspaper El Espectador was created, which has had a high impact since its inception, focusing on what is informative, educational and the information that is transmitted tend to be relevant in today's societies.

Accordance with this situation, it was proposed to know, how is the journalistic discourse that is presented through the digital content published by La Pulla on its official YouTube channel? To answer this question, the following

objective was carried out: Analyze the journalistic discourse that is presented through the digital content published by La Pulla on its official YouTube channel.

At the time of developing the objective, an instrument was created that was the content analysis file that reached three components to carry out the analysis sought of the contents of the YouTube channel.

## **Introducción**

En el presente artículo se condensa todo el proceso investigativo que se realizó en el proyecto de investigación titulado *'Análisis del discurso periodístico que se presenta a través de los contenidos digitales publicados por La Pulla en su canal oficial de YouTube'* tomando este tema como relevante debido a la importancia que ha adquirido la plataforma al tomar partes de prensa, radio y televisión.

El artículo que se presenta va dirigido principalmente a los estudiantes universitarios, que buscan enfocar su conocimiento hacía el discurso presentado a través de las redes sociales, ya sea en YouTube o en alguna otra plataforma.

Aquellas personas que buscan conocer sobre estructura, producción y audiencias también podrían estar interesadas en el producto que se realizó con base de este proyecto, donde se aclaran dudas sobre el proceso investigativo y se puede obtener un abrebocas de lo que será esta tesis.

La presente investigación se realizó con el fin de analizar el discurso periodístico que se presenta a través de los contenidos de La Pulla en sus secciones Me Acabo de Enterar y La Pulla, noticiero que viene de El Espectador con el fin de hacer su contenido más accesible, dinámico y entretenido para las audiencias.

Desde los inicios del proyecto, se estructuró como una idea para comprender el auge de los llamados “youtubers” y su impacto en la sociedad actual que vive a diario a través de la tecnología, un canal como La Pulla tiene impacto precisamente por ser un noticiero que se viene adaptando a los cambios del siglo XXI y las necesidades los espectadores de conocer las últimas noticias en poco tiempo.

Las características que se tuvieron en cuenta al momento de seleccionar el canal al cual se le iba a realizar el estudio fueron el impacto en los seguidores, la forma satírica en que transmiten los acontecimientos que se viven tanto dentro

como fuera del país y la fuerza que imponen en sus críticas cuando quieren mostrar su desacuerdo frente a situaciones, mandatarios, leyes y demás.

Adaptando el proyecto a la línea y sublínea de investigación planteada por la Universidad Católica Luis Amigó, la presente tesis se adapta a la línea Comunicación y Ciberculturas ya que en esta se habla sobre la democratización de la información y la inclusión social en las nuevas tecnologías y desde la sublínea Comunicación Digital, porque se refiere a los métodos y herramientas utilizados para transmitir la información, ubicándose en las problemáticas del periodismo digital.

### **Ruta conceptual**

Para referirse al análisis del discurso es necesario acudir a uno de los autores que más se ha destacado en el estudio del mismo, para desde sus teorías del discurso político poder realizar en profundidad un análisis discursivo de los contenidos del canal de YouTube seleccionado para la investigación.

El análisis del discurso ha sido uno de los temas que ha sido poco abordado desde sus inicios, por esta razón encontrar autores que se dedicaran específicamente a esta área de conocimiento no se hizo fácil, pero al leer en un texto "El análisis del discurso es una disciplina interdisciplinaria. Se interesa

asimismo por el análisis de los diferentes contextos del discurso, es decir, por los procesos cognitivos de la producción y la recepción, y por las dimensiones socioculturales del uso del lenguaje y la comunicación” (Van Dijk, 1990, p.14) fue sencillo deducir que ese era el autor indicado para guiar el proyecto.

Abordar un tema tan novedoso para la literatura pero que está tan adaptado en la sociedad actual no es una tarea fácil, desde que se empieza a mencionar el término youtuber ya se encuentra una brecha entre los años 2010 a 2020, hace 10 años la idea de que una persona pudiera enterarse de las noticias a través de una red social era imposible, pero gracias a los grandes avances tecnológicos ahora es una realidad.

Aunque las estructuras de las noticias son las mismas o no han sufrido mayores cambios el objetivo principal del análisis del discurso sigue siendo el mismo “producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje al que hemos denominado discurso” (Van Dijk, 1990, p.45).

En cuanto a la estructura, se inicia con una aclaración que es el tema o el asunto, aquello que detona la noticia y se divide en dos partes que son la estructura temática y el esquema de la noticia.

La estructura temática se trata de “los conceptos más importantes, relevantes, centrales o dominantes” (Van Dijk, 1990, p.54). De esta parte se desprenden dos categorías que son: Las macroestructuras y las macrorreglas.

En el esquema de la noticia, se habla de que el discurso cuenta con categorías que llevan a una organización jerárquica, es decir, las formas posibles en que se insertan los temas en el texto, el orden que se asigna el cual es: la primera información seguida de los comentarios respecto a ella.

Precisamente, debido a los cambios o a lo que ha permanecido estático en cuestiones de transmisión de información o en la estructura del discurso fue posible basarse en el autor para dar continuidad a la investigación, debido a que, los temas tratados tienen sus mismas bases se debe adaptar el texto basado en la prensa escrita para traerlo a lo que es actualmente una prensa a través de las redes.

Esta prensa digital, presenta una producción en la cual se aborda “la producción de noticias, obviamente, supone las actividades y las interacciones periodísticas, tanto entre los periodistas como entre otros muchos miembros de la sociedad” (Van Dijk, 1990, p.140). Lo que conlleva a que el periodista también

tenga en cuenta el contexto, el público y el motivo por el cual se va a presentar la información.

En cuanto al análisis que se realiza a lo largo de la investigación, la producción del discurso; es el análisis en términos del procesamiento del texto, debido a que este se escribe en varias etapas y no siempre se da desde la observación, sino que se trata de adaptar información que ya ha sido transmitida en otros medios.

Si bien durante el proceso de la investigación se destaca la importancia del autor Teun Van Dijk como referente principal para desarrollar el componente de estructura de la noticia y producción de la misma, también se cuenta con un referente como Felipe Marcos, cuya importancia para el proyecto viene desde su conocimiento sobre la influencia que tienen los medios sobre las audiencias y sus efectos sobre las mismas.

En su tesis de postgrado, titulada: *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas*. Según el autor “por efectos o impactos entendemos las

consecuencias que tienen sobre el individuo y la sociedad la exposición de éstos a los medios de comunicación de masas” Marcos, F.A. (2010).

Estos efectos son:

Todopoderosos, efectos que se basan en la teoría de la aguja hipodérmica, donde la comunicación masiva era super poderosa y capaz de moldear al público, se consideran todopoderosos “ya que atribuye un poder casi total a los medios de comunicación para, sobre todo a partir de la propaganda ejercer una influencia casi total, instantánea y homogénea sobre el público” Marcos, F.A. (2010).

Limitados o mínimos, se desmiente el efecto anterior, diciendo que la sociedad tiene el poder de decidir la información que adquiere y por qué medio la recibe; también, se aclara que no toda la sociedad va a tener la misma reacción a la información transmitida.

Corriente empírico-experimental o de la persuasión, aunque se desestima el poder total de los medios en las audiencias para que una información sea adquirida tal cual como se envía, puede entenderse el deseo del medio de inculcar información en las masas.

Finalizando, la teoría funcionalista de la comunicación de masas “consiste en definir la problemática de los medios a partir del punto de vista de la sociedad y de su equilibrio” Wolf (1987 citado en Marcos, 2010).

### **Ruta metodológica**

Esta investigación se desarrolló mediante una metodología cualitativa, con el tipo de investigación de análisis del discurso. El paradigma de investigación es el histórico hermenéutico en el cual “se busca comprender el quehacer, indagar situaciones, contextos, particularidades, simbologías, imaginarios, significaciones, percepciones...” (Cifuentes, R. Diseños de proyectos de investigación cualitativa Edición 1. P.30. Buenos Aires. 2011) para el estudio del sujeto de la investigación.

Este paradigma de investigación fue el más adaptable a las necesidades del proyecto debido a que desde el mismo se puede indagar la manera en que el sujeto a investigar genera cambios en las perspectivas de las audiencias desde su área de conocimiento, además, de que el sujeto no es neutral al momento de transmitir la información por lo cual se puede observar su participación con el entorno.

El tipo de la investigación que trata de “analizar las representaciones discursivas puestas en circulación por cada medio” (Sayago, S. El análisis del

discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. P.5. Chile. 2014). Aplica en el proyecto debido a que se centra en categorías como el estudio del lenguaje, la interacción y la audiencia.

El instrumento seleccionado para analizar los contenidos del canal de YouTube fueron las fichas de análisis de contenido, en las cuales se realiza un estudio basado en las categorías y subcategorías seleccionadas en la matriz del proyecto.

### **Modelo de Matriz Categorial**

Objetivos	Variables	Categorías	Subcategorías	Subcategorías #1	Subcategorías #2
General	Discurso periodístico	Estructura	Estructura temática	Macroestructura	Semántica
					Proposiciones
					Macroproposiciones
				Macrorreglas	Suprimir
				Secuencia de proposiciones	
				Proposición X Macroproposición	
			Esquema de la noticia	Resumen: Titular y encabezamiento	Resumen
					Titular y encabezamiento
		El contexto y sus antecedentes		Contexto	
				Antecedentes	
				Reacciones verbales	
			Comentario	Evaluación	
				Expectativas	
		Específicos	Discurso periodístico	Producción	Producción del discurso
	Principios cognitivos				Limitaciones locales
Procesamiento del discurso y cognición social	La percepción y la interacción				Compresión recíproca
					Percepción
	Interacción				
	Comprensión parcial y compartida				
	Interpretación en contextos sociales				
	El aprendizaje				
	La memoria cognitiva				
Teoría de los efectos	Todopoderosos			Teoría de la aguja hipodérmica	
	Limitados o mínimos	Corriente empírico-experimental o de la persuasión	Audiencias		
			Persuasión		
		Teoría funcionalista de la comunicación de masas	Funciones manifiestas		
			Funciones latentes		
		Disfunciones			
Internet	Efectos poderosos bajo condiciones limitadas				
	Crítica	Escuela de Frankfurt			
	Web 1.0	Sociedad de la información			
	Web 2.0	Sociedad del conocimiento			
		Redes sociales	YouTube		
	Web 3.0				
	Web 4.0				

Al momento de iniciar con el trabajo de campo se tuvieron en consideración aquellos vídeos que servirían de muestra para desarrollar un análisis apropiado del discurso, la selección fijada según la actualidad de las publicaciones fue de un total de 14 vídeos, los cuales se dividieron en las dos secciones del canal: La Pulla y Me Acabo de Enterar.

De ese modo, la revisión del material se realizó después de haber generado la transcripción de los 14 vídeos titulados como V1OB1..., V1OB2... de acuerdo al número del vídeo y del objetivo correspondiente y de acuerdo con las categorías y subcategorías señaladas en el gráfico *Modelo de Matriz Categorical*, siguiendo con todos los parámetros planteados en el proyecto se pudo llegar a algunos de los siguientes resultados.

Un estudio de todos los vídeos del objetivo #1 arrojaron conclusiones que permitieron un desarrollo satisfactorio del objetivo frente a lo planteado desde el proyecto al igual que se logró con los objetivos #2 y #3.

Durante el desarrollo del trabajo de campo una observación se hizo muy clara y fue que llegar a una construcción adecuada del tercer objetivo no era una tarea fácil, debido a que comprender o cuantificar los niveles de aceptación y rechazo de los seguidores en los contenidos no era posible debido a la cantidad de comentarios que van en aumento, aunque pasara un tiempo de publicado el vídeo.

Por lo cual la muestra aleatoria simple permitió un desarrollo del objetivo arrojando como resultado que la aceptación en los contenidos es superior al rechazo y que en ocasiones los presentadores lograban incluso que sus

seguidores cambiaran sus perspectivas frente a muchas de las situaciones que se viven en el país y fuera de este.

Como resultado del proceso de investigación se obtuvo parte del siguiente análisis categorial basado en los objetivos, categorías y subcategorías.

Se ha observado que en el OB1 las subcategorías nivel 2 semántica y macroproposiciones van relacionadas en cuanto a que ambas se obtienen de la misma idea, con la diferencia de que la primera se centra en el orden consecutivo que se le da al desarrollo del video y la otra es el complemento de ese orden.

En la sección de Me Acabo de Enterar se observa que, en todos los videos analizados, las subcategorías nivel 2 contexto, antecedentes y reacciones verbales del OB1 se relacionan debido a que se basan en otras fuentes de información para sustentar lo que están transmitiendo en su discurso, con la única diferencia de que en la primera también se usan imágenes, gifs y memes para dar una mejor conexión con el hecho.

En la sección de La Pulla, se analiza en las fichas que V5OB1 y V7OB1 se relacionan en cuanto las subcategorías nivel 2 resumen y contexto debido a que

en la primera se da un abrebocas de la información mientras que en la segunda se profundiza con fragmentos de otras fuentes.

## **Discusión y conclusiones**

Algunas de las conclusiones que se pudieron obtener después de realizado el trabajo de campo y de haber observado los resultados arrojados para cada objetivo basados en lo planteado durante el desarrollo del proyecto nos permite conocer que en el canal de La Pulla se maneja una estructura específica.

En cuanto a la sección Me Acabo de Enterar, en donde siempre se hace un inicio atractivo para las audiencias y tratan de dividir las noticias según lo que consideran fueron los acontecimientos más importantes de la semana; además, el factor de que se apoyen en fuentes externas ayuda a dar credibilidad a lo que se menciona en el noticiero.

Por otro lado, en la sección de La Pulla sus estructuras son similares, pero tienen cambios cuando se habla de un personaje o de una situación; en la primera son críticos, dan su punto de vista sin importar opiniones externas pero siempre con las bases necesarias para realizar las acusaciones o las observaciones sobre ese sujeto en específico; en diferencia, durante la segunda se guían de una visión

más general, no van a los detalles sino que abordan el tema dependiendo de la importancia que tiene en el momento.

Las fuentes externas ayudan en la construcción de ambas secciones del programa debido a que no se realiza una selección aleatoria de la información que se va a abordar, sino que se puede observar la preparación que tienen en cada vídeo que suben al canal.

En el proceso de producción es claro que se mantienen las mismas bases en ambas secciones del canal, solo se realizan cambios en dos vídeos de la sección de La Pulla, los cuales no están dirigidos necesariamente a la población colombiana sino que se enfrasan en abordar los temas de la migración venezolana; mientras que, en Me Acabo de Enterar la estructura se mantiene igual, con un inicio donde se da la bienvenida a los espectadores, se muestran las noticias nacionales, internacionales, de entretenimiento y se da una despedida que invita a ver el próximo noticiero.

Por último, al conocer los niveles de aceptación y rechazo se descubrió que el 99.9% de los espectadores analizados está en la aceptación y en ninguno de los comentarios de ambas secciones se dio un comentario que rechazara completamente lo dicho por los presentadores durante sus vídeos.

En conclusión, La Pulla es una fuente de información que el público reconoce como aceptable y que permite el acceso a información de manera sencilla y rápida para sus audiencias, razón por la cual se puede decir que se cumplió con los todos los objetivos planteados.

## Referencias

Van Dijk, T.A, (1990), *La noticia como discurso comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona España, Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta moebio*, (49), 1,10.

Cifuentes, R. Diseños de proyectos de investigación cualitativa Edición 1. P.30. Buenos Aires. 2011.

Marcos, F.A. (2010). La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas (Tesis de posgrado) Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.

## 7. REFERENCIAS

Real Academia Española (2014). Diccionario de la lengua española (23.ª ed.). Consultado en <http://www.rae.es/>

Periodismo joven. (2004, 09 de abril). *El discurso periodístico*. ABC Color Digital. Recuperado de <http://www.abc.com.py/>

Van Dijk, T.A. (1990), *La noticia como discurso comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona España, Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Marcos, F.A. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas* (Tesis de posgrado) Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.

Lozano, J.C. (2007), *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Monterrey México, Pearson Educación.

Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet*. Madrid. Cambridge University Press.

Kiss de Alejandro, D. (2006). *Niveles de interacción en la comunicación en Internet. Ámbitos*. Revista Internacional de Comunicación, 15.

Belloch, C. (2001). *Recursos tecnológicos (TIC)*. Valencia, Valencia, España: Universidad de Valencia, Unidad de Tecnología Educativa.

García, L. (2014). Web 2.0 vs web 1.0. Recuperado de <https://aretio.hypotheses.org/>

Balarezo, B. (2018). *ANÁLISIS SOBRE EL USO DE LA PLATAFORMA DIGITAL YOUTUBE Y SU INFLUENCIA EN NIÑOS/AS DE 7 A 10 AÑOS DE LA CIUDADELA LOS CIDROS, GUASMO CENTRAL, CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIAS DEL GUAYAS, PERÍODO 2017.* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Vera Mondragón, J. (2018). *DESCRIPCIÓN DE LOS GUSTOS Y LAS PREFERENCIAS DE LOS ALUMNOS CHICLAYANOS DEL PRIMER CICLO DE COMUNICACIÓN, SOBRE LOS CANALES DE LOS YOUTUBERS HISPANOHABLANTES MÁS FAMOSOS* (Tesis de pregrado), Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo, Chiclayo, Perú.



Latorre, M. (2018). *Historia de las Web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0.* Universidad Marcelino Champagnat.

Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta moebio*, (49), 1,10.



## 8. ANEXOS

### 8.1 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN


Estas fichas de observación fueron diseñadas con base a las necesidades que se presentaban para obtener los datos planteados en cada uno de los objetivos específicos del proyecto.

Video #1: Nuestras predicciones para 2019 (10/01/19)	Macroestructuras		
	Semántica	Proposiciones	Macroproposiciones
 <p><b>NUESTROS DESEOS EN 2019</b></p>	¿Se puede observar un orden en la estructura de sus contenidos?	¿Dentro del discurso se encuentran declaraciones o aseveraciones?	¿Se puede observar que se unen la proposiciones para darle un sentido lógico al discurso?
	APLICA: Porque se enumeran los temas que se abordan a lo largo del video		
	¿Es posible identificar ideas centrales dentro del discurso?	APLICA: Ya que se referia a puntos minimos de información en cada subtítulo	APLICA: Porque en algunos puntos que aborda se ve una generalización en cuanto a sus comentarios
	APLICA: Porque cada tema que se desarrolla es una idea central		
¿Existe coherencia durante todo lo planteado en el contenido?	APLICA: Tienen respaldos de fragmentos de periódicos que apoyan la información		
Video #2: Nicolás Maduro, el mejor "presidente" del mundo (17/01/19)	Semántica	Proposiciones	Macroproposiciones
 <p><b>¡QUE VIVA EL DICTADOR!</b></p>	¿Se puede observar un orden en la estructura de sus contenidos?	¿Dentro del discurso se encuentran declaraciones o aseveraciones?	¿Se puede observar que se unen la proposiciones para darle un sentido lógico al discurso?
	APLICA: Porque habla de los inicios del presidente Maduro hasta lo que es hoy		
	¿Es posible identificar ideas centrales dentro del discurso?	APLICA: Se ven declaraciones de la forma en que el presidente maneja el poder que tiene en su país	APLICA: Se evidencia en el orden cronológico que tiene el video
	APLICA: Debido a que Maduro es el tema central		
¿Existe coherencia durante todo lo planteado en el contenido?	APLICA: Por respaldos de fragmentos de periódicos y videos que apoyan la información		

Esta ficha de observación se puede encontrar en el documento: Ficha de observación objetivo #1.xlsx, en la carpeta Anexos

Video #3: El audio que prueba que CENSURARON a Los Puros Criollos (23/01/19)	Modelos situacionales		Principios cognitivos
	Estructura comunicacional	Limitaciones locales	Comprensión recíproca
	¿Existe un detonante para la producción del video? ¿Cuál es el detonante?	¿Se evidencia conocimiento previo sobre el tema a tratar en el video?	¿Se evidencia autorregulación en el procesamiento del contenido?
	APLICA: El video ¿Se acaba la TV pública? Y la censura a Los Puros Criollos	APLICA: Ya que es un tema que abarca un hecho que afecta a la comunidad	APLICA: Porque es un tema bien explicado lo cual facilita la comprensión de la audiencia
Video #4: ¡Se robaron Bogotá y aquí les contamos cómo! (31/01/19)	Modelos situacionales		Principios cognitivos
	Estructura comunicacional	Limitaciones locales	Comprensión recíproca
	¿Existe un detonante para la producción del video? ¿Cuál es el detonante?	¿Se evidencia conocimiento previo sobre el tema a tratar en el video?	¿Se evidencia autorregulación en el procesamiento del contenido?
	APLICA: La corrupción	APLICA: Ya que es un tema de contexto histórico que abarca un hecho que afectó a la comunidad	APLICA: Porque es un tema bien explicado lo cual facilita la comprensión de la audiencia

Esta ficha de observación se puede encontrar en el documento: Ficha de observación objetivo #2.xlsx, en la carpeta Anexos

Video #14: Atentado en Bogotá, Rugeles denunciado, Brexit y más (21/01/19)	Comentarios	Me gusta	No me gusta	Cantidad de replicas
		USUARIO 1: Excelente video, habría sido chevere que hablaran del joven que fue a las marchas antiterroristas y por la paz en Medellín ayer Domingo con una camisa que llevaba un mensaje en contra de Uribe y Duque y varios manifestantes lo golpearon (siendo menor de edad) y lo sacaron de la marcha.	218	0
	USUARIO 2: Un lunes no es nada sin ustedes	111	0	0
	USUARIO 3: Iván Duque se acabó de enterar que no estaba haciendo nada como presidente.	117	0	14
	USUARIO 4: Faltó mencionar al menor de edad que fue agredido física y verbalmente en la marcha del domingo. ¡Animo que ya se acabó el lunes!	33	0	4

Esta ficha de observación se puede encontrar en el documento: Ficha de observación objetivo #3.xlsx, en la carpeta Anexos

## 8.2 CONSENTIMIENTOS INFORMADOS

No aplica para la presente investigación.

## 8.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Las fichas de observación y recolección de información agregadas en el apartado 8.1 de este proyecto aplican para técnicas de análisis de información.

## 8.4 Y OTROS QUE SEAN REQUERIDOS

Se agregan en este apartado elementos que facilitaron la realización de esta investigación.

### 8.4.1 Matriz categorial

Herramienta aplicada durante el desarrollo del marco teórico.

Objetivos	Variables	Categorías	Subcategorías	Subcategorías #1	Subcategorías #2
General					
	Discurso Periodístico	Estructura	Estructura temática  Se refiere a los conceptos más importantes que serán desarrollados	Macroestructura  Se habla del resumen, núcleo, resultado final o de la información más relevante	<p><b>Semántica</b> Organiza el contenido global, da coherencia e identifica las ideas esenciales de un discurso.</p> <p><b>Proposiciones</b> Son los constructos de significado y referencia más pequeños e independientes del lenguaje y del pensamiento.</p> <p><b>Macroproposiciones</b> Son las proposiciones completas y lógicas que dan a conocer el tema de un discurso.</p> <p><b>Suprimir</b> Se elimina la información no relevante del texto.</p> <p><b>Secuencia de proposiciones</b> Pueden ser reemplazadas por una generalización.</p> <p><b>Proposición X Macroproposición</b> Se reemplaza una secuencia de proposiciones que denoten las condiciones usuales o las consecuencias de un acto o suceso por una macroproposición que denote el acto o</p>
				Macrorreglas  Se encargan de reducir la información que se tiene	

Esta matriz se puede encontrar en el documento: .Matriz categorial.xlsx, en la carpeta Anexos