

**DISCURSO INFORMATIVO DE LAS PRIMERAS PLANAS DEL PERIÓDICO EL  
Q'HUBO, RELACIONADAS CON HOMICIDIOS EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN,  
DURANTE EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL 2020**

**DANNA MICHELLE GALEANO VÁSQUEZ  
DAVID ALEJANDRO OCAMPO POSADA**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
MEDELLÍN, COLOMBIA  
2021**



## **DEDICATORIA**

En primer lugar queremos dedicar este trabajo a nosotros mismos, en honor a nuestro esfuerzo, dedicación y constancia, por luchar por nuestros sueños, que se han convertido en logros y sobrellevar las dificultades, por convertirnos en el súper equipo de trabajo que somos hoy, lo que nos ha llevado a aprender uno del otro, porque nuestras diferencias nos fortalecen y nuestra amistad será sempiterna.

A nuestros padres por motivarnos a cumplir nuestras metas, apoyarnos en los momentos difíciles y acompañarnos en este camino lleno de incertidumbres, pero lleno de aprendizajes que nos convierten en mejores personas.

Por último, le agradecemos a todo el cuerpo docente de la Universidad, que nos brindó los conocimientos y nos mostró el camino hacia el éxito, en especial a la docente Lina María González por creer en nuestro trabajo, orientarnos hacia la perfección y ser una excelente docente y guía.



## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración de nuestro trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- VII - Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: Jaime Alberto Rojas Rodríguez
- VIII - Semiótica de la Educomunicación: Jaime Alberto Rojas Rodríguez
- IX - Etnografía de la Comunicación – Educación: Lina María Gonzalez
- X - Comunicación, Educación y Ciudad: Lina María Gonzalez

**Título del proyecto de investigación:** Discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, relacionadas con homicidios en la ciudad de Medellín, durante el primer cuatrimestre del 2020

**Línea de Investigación:** Comunicación-educación

**Sublínea:** Medios

**Facultad:** Comunicación, publicidad y diseño

**Programa Académico:** Comunicación Social y Periodismo

**Palabras clave:** Análisis discurso informativo, prensa escrita, periódico el Q'hubo, primera plana, homicidios.

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.1 GENERAL .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.2 ESPECÍFICOS.....</b>	<b>5</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 REFERENTES DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1 INTERNACIONALES.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2 NACIONALES.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.3 LOCALES.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.1 AGENDA SETTING.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.2 ANÁLISIS DEL DISCURSO.....</b>	<b>16</b>

<b>2.3 REFERENTES TEÓRICOS .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.1 ANÁLISIS DEL DISCURSO.....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.1.1 DISCURSO EN MEDIOS MASIVOS .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.2.1 PERIÓDICO .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.2.2 MENSAJE .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.2.2.1 MEDIO .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.2.2.2 EMISOR .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.2.2.3 RECEPTOR .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.3 SEMIÓTICA DE LA IMAGEN .....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.3.1 IDENTIDAD.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.3.2 PORTADA.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.3.3 CONNOTATIVO.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.3.4 DENOTATIVO.....</b>	<b>23</b>
<b>3. DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1 PARADIGMA, ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>23</b>
<b>3.2 DELIMITACIÓN .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2.1 SUJETO U OBJETO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2.2 TIEMPO Y ESCENARIO .....</b>	<b>25</b>
<b>3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>25</b>
<b>3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....</b>	<b>26</b>

<b>3.4.1 MATRIZ CATEGORIAL.....</b>	<b>26</b>
<b>3.4.1.1 MANTENIMIENTO DE REGISTROS .....</b>	<b>26</b>
<b>3.4.1.2 PROCESO DE OBSERVACIÓN .....</b>	<b>26</b>
<b>3.4.1.3 ESTUDIOS LONGITUDINALES.....</b>	<b>26</b>
<b>3.4.2 ENTREVISTA ESTRUCTURADA.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4.3 ENCUESTA .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5 SISTEMATIZACIÓN TÉCNICAS.....</b>	<b>28</b>
<b>3.5.1 ENCUESTA.....</b>	<b>28</b>
<b>3.5.2 ENTREVISTAS.....</b>	<b>36</b>
<b>3.5.3 MATRIZ.....</b>	<b>45</b>
<b>4. TRIANGULACIÓN.....</b>	<b>47</b>
<b>4.1 TIPO DE TRIANGULACIÓN.....</b>	<b>48</b>
<b>4.2 TRIANGULACIÓN.....</b>	<b>48</b>
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>53</b>
<b>6. PRODUCTO .....</b>	<b>56</b>
<b>7. INFOGRAFÍA .....</b>	<b>68</b>
<b>8. REFERENCIAS.....</b>	<b>69</b>

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Medellín, ciudad capital del departamento de Antioquia, con acerca de 2.576.133 habitantes de acuerdo a últimos registros del DANE, ha registrado una cifra histórica en el primer semestre del año 2020, según El Colombiano, minuto30 y Telemedellín la tasa de homicidios ha reducido al menos en un 40% “durante los dos primeros meses del año se han registrado 63 homicidios en Medellín, 43 casos menos que en el mismo periodo del año anterior, lo que representa, según las autoridades, una reducción del 41 %. El plan recompensas que han permitido la captura de 30 personas y los operativos relámpagos han favorecido esta reducción” confirman las autoridades de la ciudad. Pese a los buenos resultados que ha tenido la ciudad, los homicidios no han desaparecido en su totalidad es por eso que se propone el estudio desde su análisis en el Q’hubo edición Medellín.

El Q'hubo es un periódico tabloide publicado por el grupo nacional de medios y distribuido en 12 departamentos de Colombia los cuales son: Atlántico, Cundinamarca, Santander, Valle del Cauca, Bolívar, Norte de Santander, Tolima, Caldas, Antioquia, Risaralda, Cauca y Cesar, el periódico el Q’hubo nace el 1 de octubre de 2008 como un diario nacional que buscaba la unificación de diarios populares locales que forman el grupo nacional de medios (GNM) estos son: El colombiano (Medellín) El país (Cali) Vanguardia liberal (Bucaramanga) y El Universal (Cartagena) estos últimos dos como propiedad del Q’hubo, el proyecto editorial del Q’hubo nace como respuesta a un estudio realizado por el GNM que se basa en la razón de ser de él mismo, abarcando los estratos socioeconómicos 1,2,3 como estratos que no estaban identificados con un medio escrito, el Q’hubo es un diario con visión popular y con contenidos cotidianos el cual se ha posicionado como el diario más leído en Colombia de

acuerdo a mediciones del estudio de general de medios (EGM) que indican acerca de 1.658.815 lectores, con una diferencia de 508.513 frente al diario El Tiempo.

El Q'hubo cuenta con versión impresa y versión digital, la versión digital cuenta con la edición impresa en su página web, el alcance del periódico a nivel nacional y la influencia en sus lectores es la razón por la cual se hará un análisis del discurso informativo de sus primeras planas, y así poder comprobar los elementos que lo destacan y por lo cuales es el más atractivo para los Colombianos. Las primeras planas que serán objeto de estudio son las relacionadas con homicidios, puesto que son las más representativas de este periódico por sus llamativos titulares y sus imágenes explícitas. La investigación se planteó para contribuir a la interpretación del periodismo y los objetos comunicacionales que manejan los medios escritos o la prensa en Medellín, puesto que no hay un estudio similar en la ciudad con respecto a dicho diario.

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

El estudio de los medios ha sido una parte fundamental para entender cómo funciona la comunicación en cuestión del tratamiento, distribución y la asimilación del contenido que se presenta. En este sentido, la línea de comunicación-educación y la sublínea que son los medios guiada por la concepción de la investigación formativa fundamentada en la investigación, en primer lugar desarrolla un análisis de un medio de comunicación masivo tradicional que influye en sus lectores, en segundo lugar, el proceso investigativo será dado por la educación, de acuerdo a esta línea, la investigación del tratamiento del discurso

informativo en las primeras planas del periódico Q'hubo edición Medellín aportará al conocimiento del manejo de medios masivos que hoy, todavía acaparan a un gran público de interés.

Con esta investigación se busca el análisis y tratamiento que se le da a una noticia antes de ser publicada, más específicamente las que tienen que ver con casos de homicidios.

Esto ayuda a ampliar el panorama que se tiene acerca de los diferentes tipos de información y las acciones que se toman en los medios impresos para generar interés en la audiencia.

Por medio del análisis se puede explicar los mecanismos que utilizan los medios y esto puede ayudar como aporte para las carreras relacionadas con periodismo y comunicación social en las cuales se maneja la teoría y la práctica para que estudiantes puedan entender cada acción que se debe llevar a cabo a la hora de enfocar una noticia y darle el estilo según lo que se pretende generar al público.

En la era de la información el tratamiento de las noticias es fundamental. Con las nuevas plataformas la información se distribuye sin ninguna dificultad y por este mismo motivo se debe informar de la manera más rigurosa hablando desde el contenido periodístico.

En la práctica se puede llegar a evidenciar diferentes problemas como la pertinencia del diseño, contenido y estilo. A partir de esto se pueden generar criterios que ayuden a evitar problemas en las organizaciones teniendo en cuenta el código deontológico del comunicador.

Con este trabajo de grado se desea conocer cómo funciona el contenido mediático para la formación de paradigmas sociales y cómo por medio del tratamiento informativo se crea una percepción sobre los medios. Es importante buscar varios ejemplares sobre este tema para

poder generalizar o diferenciar mecanismos preestablecidos que pueden hacer valer o demeritar la actividad periodística.

Esta investigación abre un nuevo modo de análisis sobre este medio de comunicación en la ciudad. Si bien ya se ha presentado una investigación sobre este tema sobre el Periódico El Q'hubo en la ciudad de Cartagena, no se ha visto en Medellín y esto es una posibilidad para ampliar el panorama y establecer semejanzas y diferencias.

## **1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA**

La pregunta problema que orienta la presente investigación es: **¿cómo es el discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, relacionadas con homicidios en la ciudad de Medellín, durante el primer cuatrimestre del 2020?**

Así pues, la investigación que se realizará en torno a las primeras planas del periódico el Q'hubo se fundamenta en el discurso que vende el medio “El periódico más leído de Colombia”, puesto que se quiere hacer una revisión del contenido que manejan, para poder identificar su componente ideológico y la resistencia de las audiencias por leerlo, convirtiéndolo en uno de los principales periódicos populares que circulan en el país con sus doce (12) ediciones locales.

El análisis del discurso se ha convertido en una útil y recurrida herramienta de análisis en el campo de las ciencias humanas y sociales, por ello se hace importante utilizar esta metodología para valorar el rol que cumple este medio escrito en la sociedad y su influencia en los lectores.

Logrando así la comprensión de la estructura, superestructura y elementos relacionados con la semiótica de la imagen, tales como lo connotativo y denotativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo para descifrar la fascinación de sus lectores por adquirirlo.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 General**

Analizar el discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, relacionadas con homicidios en la ciudad de Medellín, durante el primer cuatrimestre del 2020.

#### **1.3.2 específicos**

**1.3.2.1** Identificar los elementos denotativos y connotativos del discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, durante el primer cuatrimestre del 2020.

**1.3.2.2** Reconocer las características lingüísticas y estéticas del discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, a partir de su direccionamiento estratégico.

**1.3.2.3** Determinar los efectos que producen las primeras planas sobre homicidios, presentadas en el periódico el Q'hubo a sus públicos o grupos de interés.

## **2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL**

### **2.1 REFERENTES DE INVESTIGACIÓN**

Para los referentes de investigación, se han ubicado 10 antecedentes relacionados con la línea y sublínea de esta investigación. Dentro de estos diez antecedentes, se desglosan cinco internacionales con los autores: María Soledad Pessi, Michel Dancourt Delion, Oswaldo Vladimir Albornoz, Esthefany Gutiérrez y Paulina Maritza Brunetti. Por otro lado se encuentran cuatro nacionales: Alvaro Saladén Roa , Cristián Andrés Aya Aldana, Albán Ramírez María Paula; Medina Perdomo Paula y Juan David Gómez Zuñiga. Y por último uno local de Mónica Suárez Quiroga.

#### **2.1.1 internacionales**

El estudio de María Soledad Pessi (2009), *Relaciones ícono-verbales entre publicidades y portadas de la revista Caras y Caretas*, tiene como propósito analizar los rasgos característicos de las primeras publicidades de Caras y Caretas, demostrando la importancia del análisis de factores externos como las propiedades identitarias de sus publicaciones. Su metodología es cualitativa y se basa en los estudios de Sociolingüística Histórica, específicamente en el discurso publicitario para identificar el estilo de las portadas de Caras y Caretas, y con esto se pudo concluir que “Dicho estilo coincide con el carácter político-humorístico tanto de las imágenes como de las composiciones poéticas que se

incluyen en las portadas de la revista, consideradas un rasgo característico de la mencionada publicación” (p.225).

Esta investigación aporta al conocimiento de este trabajo en cuanto a que el análisis de las primeras planas de ciertos medios nos puede definir sus estrategias de publicidad, posición frente a un tema en específico, postura política o género del que se vale presentar los temas. La imagen es fundamental para comprender algunos pasajes del texto, aspecto que resulta de gran novedad para el período bajo estudio. Su dinamismo también se observa en la diversidad de figuras retóricas que pueden plasmarse en ella (hipérboles, enumeraciones, metonimias, etc.) (Magariños, 1991; Madrid Cánovas, 2006) y, además, en su naturaleza, dotada de elementos plástico-formales que dan la idea de movimiento.

Por otro lado en la investigación: *las portadas del diario líbero según el análisis del discurso* su autor Michel Dancourt Delion (2018), entabla todo un análisis de las primeras planas de deporte, donde extrae elementos importantes del discurso para determinar factores como el nacionalismo que intenta “imponer” el diario y sus imágenes, las cuales fomentan valores pasionales y subjetivos. Él intenta hacer todo un análisis visual de las imágenes emocionales de los futbolistas peruanos y además hace referencia a las frases motivacionales nacionalistas que emplean en los titulares. Así mismo, las primeras planas de Líbero infieren, más de una vez, que la imagen y autoestima del país se pone en juego en un estadio de fútbol.

La metodología de esta investigación se centra en lo cualitativo y su tipo es descriptiva, pues busca resaltar y evaluar algunos elementos de las primeras planas del periódico Líbero como sus titulares, imágenes, gráficas, fotocomposiciones y otros detalles visuales. El instrumento

principal de esta investigación se centra en el método de la observación participante y genera fichas de estudio de análisis hemerográfico. Con lo cual se pudo determinar que las portadas del Líbero exaltan a los futbolistas mediante un lenguaje lleno de simbolismo, metáforas y heroicidad, utilizan imágenes casi fantásticas, colores vivos, generan climas de tensión y recurren a los sentimientos de un nacionalismo exagerado.

La siguiente es una tesis realizada por Oswaldo Vladimir Albornoz (2013). *Análisis de discurso visual y de contenidos en la sección portada del diario súper en la edición para Quito en los números publicados del 15 de mayo al 15 de junio del 2011*. Donde su propósito es denotar la influencia que tiene la comunicación y los periódicos populares en el desarrollo de las masas desde sus inicios. La observación participativa es la principal fuente de obtención de información para identificar elementos necesarios para la investigación como elementos comunicacionales, discursivos, gráficos y semióticos.

Al final el autor determina que los periódicos tradicionales son manejados por la élite y además tienen una tendencia a ser sensacionalistas para adquirir un margen de ventas alto. La tesis hace un profundo diagnóstico de las primeras planas del diario Súper en cuanto a las secciones incluidas, titulares, leads, diagramación, contenido discursivo, denotaciones, connotaciones y lectura de imágenes. Con esto último se plantea que se pueden tomar como toda una imagen completa o sub imágenes que completan el discurso y objetivos del diario.

Esthefany Gutiérrez (2016) realizó el trabajo de grado *características de las portadas periodísticas del diario "la república" en la construcción de la realidad – elecciones presidenciales ii vuelta electoral*. En el cual se aprecia cada portada que hizo el diario La

República sobre las elecciones presidenciales con su respectivo análisis en cuanto a su ubicación, columnas, fotografías, titulares, morfología, gráficos y características del análisis discursivo. Esto, para identificar y corroborar que los periodistas tienen objetividad y se apegan a la imparcialidad periodística en el discurso de las primeras planas del diario.

La orientación de la investigación es cualitativa, con técnicas de análisis del discurso. El enfoque es descriptivo, explicativo, de diseño no experimental, con técnicas de análisis de contenido y el instrumento que la autora eligió para el análisis es la ficha morfológica de la prensa en la investigación. Respecto a la conclusión general se obtuvo que si bien el diario La República no es sensacionalista o amarillista, si existió la presencia de un sesgo político, mediante el uso de titulares y fotografías que demeritan a la candidata de la derecha.

Por otro lado, un artículo investigativo realizado por Paulina Maritza Brunetti (2011) llamado *Crónica roja y sensacionalismo: maneras de hacer, maneras de ver para la Universidad de Córdoba en Argentina*, este artículo investigativo, sobre la llamada crónica roja en Argentina considera entonces la relevancia a la hora de estudiar contenidos de prensa en el periódico Q'hubo y la definición de las formas de ver cómo trata el título del tema investigativo, es un antecedente que estudia el contenido y la visión de esta desde el punto del lector y le da un valor agregado a la investigación, la metodología empleada fue cualitativa usando el análisis de discurso que se contrapone con la prensa actual, además para el estudio se realizó una encuesta gráfica, entrevistas del porqué de la preferencia de los lectores de estas crónicas rojas, como conclusión, se presenta que la “crónica roja” policial ha transgredido las formas de realizar periodismo y la configuración narrativa de algunos medio populares argentinos con el fin de llamar la atención a los lectores.

### 2.1.2 nacionales

Por consiguiente, el trabajo de grado *Representaciones sociales de la violencia en los titulares de portadas del periódico Q'hubo de Cartagena*, realizado por Alvaro Saladén Roa (2010) tiene como propósito la identificación y caracterización de las representaciones sociales de la violencia en los titulares de dicho periódico. Esta investigación se enmarca dentro de los estudios del discurso, ofreciendo algunos antecedentes empíricos acerca del periódico el Q'hubo, que configuran diversas estrategias discursivas como segmentación, integración, ambivalencia y elisión. La metodología empleada es cualitativa y se basa en el análisis lingüístico de los titulares de violencia, para así concluir que su forma de expresión es sensacionalista, pues utiliza en sus titulares la adjetivación, hiperbolización, doble sentido de las palabras, la redundancia y expresiones coloquiales.

Además del estudio lingüístico de los titulares de violencia, Cristián Andrés Aya Aldana (2017) en una investigación llamada *estrategias de persuasión en el discurso publicitario dirigido a los jóvenes en Colombia: una mirada desde el análisis crítico del discurso publicada en la Universidad Javeriana de Bogotá* con una metodología cualitativa este trabajo de grado analiza, especialmente el discurso como estrategia publicitaria, basándose en Van Dijk, es un trabajo que sirve para entender las figuras literarias o los procesos comunicativos que se tienen en cuenta, hablando de publicidad en un público objetivo de jóvenes, es un antecedente investigativo que va de lo macro y explica cómo la prensa evalúa cada contenido como ancla y mensaje para distribuir ejemplares, además como el mensaje construido es influyente en su lector, “La base teórica de este trabajo está construida desde cuatro pilares que se derivan de la pregunta de investigación: análisis crítico del discurso, análisis multimodal, juventud y discurso publicitario.

Para el ACD se utiliza a Van Dijk y su teoría del triángulo sociocognitivo (discurso, cognición y sociedad) y las estrategias discursivas del control de la mente” (Aldana, Cristian 2017), se analizaron diferentes muestras publicitarias como instrumentos para la realización de la investigación, como conclusión de la investigación analizar las piezas publicitarias para el conocimiento de las estrategias usadas para abarcar público joven.

Otro estudio realizado también en Bogotá llamado *el ojo amarillo, la prensa sensacionalista en Bogotá desde la mirada del lector, un análisis de recepción en la universidad pontificia javeriana y escrito por* Albán Ramírez, María Paula; Medina Perdomo Paula (2009), la investigación es de metodología cualitativa además indaga acerca de la forma en cómo la prensa sensacionalista utiliza sus contenidos o mensajes para generar mayor acercamiento a su grupo de lectores, propone un estudio detallado de los lectores y el análisis de la mercantilización de la noticia en un sentido que la vuelva más cotidiana y más accesible, la investigación aporta al trabajo investigativo porque ofrece una gama de visiones y perspectivas que se deben contemplar a la hora de estudiar una portada en un periódico como el Q’hubo en Medellín.

Los datos del Estudio General de Medios, han permitido configurar un lector tipo del sensacionalismo – de El Espacio, Q’hubo y Hoy agrupados– que podría describirse como hombre, soltero o casado, de estratos medios y bajos (2 y 3), entre los 35 y los 54 años de edad y con un nivel escolar de secundaria incompleta o completa, dejando como reflexión que todos los lectores que preferían leer esto, gustaban del sensacionalismo. “Como conclusión este trabajo ofrece una aproximación a esta última cuestión planteada, aunque de manera provisional: la utilización de metodologías cualitativas así como proporciona unos nuevos alcances, también implica unas limitaciones relacionadas con la imposibilidad de

utilizar muestras muy amplias y, por lo tanto, de derivar conclusiones que alcancen el estatus de teoría universal.

No obstante, con los resultados presentados se entreabre la posibilidad de continuar una línea de investigación que, sobre la base de evidencias empíricas más cuantiosas, considere la observación de nuevas variables como las que aquí se han utilizado, de forma tal que se puedan obtener resultados más generalizables que los aquí expuestos, hay que repetirlo, de manera preliminar. Por ejemplo: ya puede intuir claramente que el público de la prensa sensacionalista, aunque mayoritariamente de los sectores populares y de escolaridad media”.

*(Albán Ramírez, María Paula; Medina Perdomo Paula, 2009)*

Otro de los antecedentes que habla acerca de la narrativa de la violencia es este estudio: *Prácticas narrativas sobre la violencia: análisis del discurso sobre tres secuestros masivos en Santiago de Cali entre 1999 y 2002 realizado por Juan David Gómez Zuñiga (2018) en Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá* es un estudio con metodología cualitativa evidenciada en la columna del periódico El País de Cali escritas por Johan Galtung, el principal instrumento es el análisis del discurso en las entrevistas realizadas, en estas se halló que hubo juicios de valor en palabras como “demencial” hechos mencionados que no tenían coherencia con los secuestros en esa época como conclusión del trabajo investigativo y del análisis de las columnas editoriales de esa época como finalidad los medios de comunicación escritos, como los periódicos, usan el espacio de las columnas editoriales para narrar, con mayor grado de explicitud, la valoración que hacen sobre los hechos. Mientras tanto, las víctimas encuentran en la oralidad de sus relatos un espacio para contar sus experiencias.

### **2.1.3 LOCALES**

El trabajo de investigación llamado *prensa local y poder político en Colombia durante el primer gobierno del frente nacional* por Mónica Suárez Quiroga (2013) en la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín con una metodología histórico-hermenéutica o cualitativa, la pregunta de la investigación ¿cómo proveer los medios para alcanzar la comprensión del objeto o escritura que es interpretado, sorteando los obstáculos que surjan de la complejidad del lenguaje o de la distancia que separa al intérprete del objeto investigado? Los resultados se muestran en 14 gráficas, de las cuales se hace su respectivo análisis dependiendo del tema de la noticia, como conclusión del estudio, analizado 310 noticias publicadas durante el gobierno de Alberto Lleras Camargo sistematizadas en un software llamado atlas.

## **2.2 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN**

A continuación, se expondrán las teorías que se trabajarán como base de este proyecto de grado, la primera es la Agenda Setting, con los respectivos autores que han teorizado en este campo, tales como: Maxwell Mccombs, Donald L. Shaw. Jennings Bryant y Dixie Evatt. La siguiente teoría es el análisis del discurso desde la perspectiva de Van Dijk con sus análisis críticos del discurso y Norman Fairclough.

### **2.2.1 Agenda setting**

Este trabajo de grado, se basará en la identificación y análisis de las primeras planas de homicidio del periódico el Q'hubo, por ello, se hace imprescindible hablar de la agenda Setting y como este medio de comunicación, elige los temas más importantes para ubicarlo en sus primeras planas, además se tratará la forma en que el Q'hubo decide cómo presentar la información a sus audiencias, convirtiéndose en un poder informativo en la ciudad de

Medellín, que como se ha hablado anteriormente, es uno de los periódicos más adquiridos y cotizados en esta parte del país.

Según investigaciones previas, es bien sabido, que varios medios de comunicación están polarizados y eligen la información a presentar, según sus intereses políticos o económicos. Por ello, se hace necesario analizar si el discurso informativo que maneja el periódico el Q'hubo, tiene alguna especie de polarización o preferencia, según las primeras planas que presenta y que están relacionadas con homicidios.

Para esto, es importante revisar autores como Maxwell Mccombs, el cual, en su teoría de la fijación de la agenda, asegura que la comunicación de masas tiene tres funciones, las cuales se basan en la vigilancia del entorno, consenso entre sectores de la sociedad y transmisión de la cultura, a través de la exposición que las audiencias tengan a los medios de comunicación, y además, afirma que las opiniones y percepciones de la sociedad, se basan en la información que los medios deciden agendar.

Otro autor relevante es Donald L. Shaw, quien ha teorizado la Agenda setting, junto con Mccombs, y coinciden en que la influencia de los contenidos, que los medios deciden seleccionar, ejercen percepciones, opiniones o debates en las audiencias. Por otro lado, toca el tema de la sociología política y como está es un factor relevante a la hora de elegir qué contenidos informativos, deben presentarse a la sociedad.

Por otro lado, Jennings Bryant, profesor emérito de la Universidad de Alabama con estudios sobre la comunicación de masas, especialmente en la investigación de los efectos de los medios, Bryant (1996) en su libro *los efectos de los medios de comunicación, teorías e investigaciones*, se indaga por los diferentes teorías y terrenos casi inexplorados de la

comunicación, Jennings es un autor que se sumerge en el campo de la comunicación masiva y que recopila a diversos autores para que el autor tenga un acercamiento con la temática propuesta, para el trabajo de investigación basado en el análisis de las primeras planas de homicidio, este autor hace referencia a las respuestas de la audiencia “las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana, nuestro modo de vestir para ir al trabajo, el camino que a veces elegimos para llegar a él, los planes del próximo fin de semana, nuestros sentimientos generales de bienestar e inseguridad, el enfoque de nuestra atención hacia el mundo va más allá de la experiencia inmediata y nuestras preocupaciones sobre los temas del día, están bajo la influencia de las noticias cotidianas”. (1996, p.13) en este fragmento se expone que el tema de investigación a estudiar sobre las primeras planas de homicidios en el periódico El Q’hubo tiene un trasfondo a la hora de escoger las noticias presentadas en primeras planas de prensa escrita.

Por otro lado Dixie Evatt (1995) junto a McCombs en el artículo *explorando una nueva dimensión de la agenda setting* abarca las nuevas configuraciones de la programación de noticias en las agendas contemporáneas de los medios masivos del mundo, Evatt y McCombs desarrollan un estudio acerca de cómo los medios de comunicación moldean la opinión pública y ejercen en la audiencia un modelo de percepciones diferentes sensibles a cada quien que esté siendo partícipe de las noticias, en el estudio de investigación que se plantea sobre el análisis de las primeras planas de homicidios del Q’hubo, Evatt Y McCombs establecen el punto eje de análisis de agenda setting, teoría que sustenta la investigación. “La teoría de la agenda setting – o de la fijación del orden temático – mantiene que el modo en que la gente ve el mundo – la prioridad que dan a ciertos temas y cualidades a costa de otros – está influida de una manera directa y mensurable por los medios de difusión”.(1995.p 1) con el

análisis del discurso informativo inmerso en las primeras planas de homicidios del Q'hubo y el estudio que realizan Evatt y McCombs se estudia la línea por la cual la redacción decide publicar las primeras planas y la influencia que tiene en la audiencia.

### **2.2.2 Análisis del discurso**

Dentro del análisis del discurso, se investigará la información que el periódico Q'hubo ofrece a sus audiencias dentro de las primeras planas de homicidios, esto significa que la base principal del trabajo es el análisis del discurso informativo y para ello nos basamos en el autor de la teoría: *El análisis crítico del discurso*, Teun A. Van Dijk (1999), quien expone que esta teoría estudia principalmente “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” (1999, p.23) esto quiere decir que combate la desigualdad social, y precisamente en esta investigación se quiere hacer un análisis profundo sobre la estructura, la superestructura, lo connotativo y denotativo de las primeras planas específicamente de homicidios y con esto determinar qué tipo de discurso utiliza y brinda este medio a sus audiencias.

El hecho de que quién tiene el control de la información y el conocimiento, es el más poderoso, se convierte en una realidad de la sociedad, por ello es importante empezar a hacer análisis del discurso de los medios más influyentes, para poder determinar qué clase de información o en su defecto discurso están brindando y más importante aún, cómo la están ilustrando y planificando, manteniendo la objetividad que deberían tener todos los profesionales de este campo.

Fairclough, lingüista británico y precursor del análisis crítico del discurso, Fairclough se centra en el estudio onto-epistemológico desde la crítica normativa, Fairclough hace énfasis entre las relaciones lenguaje-sociedad y proporciona un estudio exhaustivo de la semiótica, en la lucha de poderes contra el capitalismo, en su libro lenguaje y poder (1989) explora las funciones del lenguaje y su influencia en los discursos masivos, Fairclough es un autor que sirve de guía en la investigación propuesta por los factores que analiza, la semiótica, el lenguaje y la relación implícita en las prácticas sociales o las instituciones; cuando un periódico de gran alcance como el Q'hubo es notoriamente reconocido por los titulares en las primeras planas , hablando especialmente de las primeras planas de homicidios, Fairclough es un autor que aporta la crítica normativa desde el desarrollo de todo el análisis propuesto en el planteamiento del problema.

## **2.3 REFERENTES TEÓRICOS**

### **2.3.1 Análisis del discurso**

Se ve al discurso como un elemento de análisis fundamental para poder llegar a interpretar y así descifrar la intención del mensaje que se está sometiendo a análisis.

Según **Volivar** (2007):

“Esto implica también que, más allá de segmentos puramente formales, la unidad de análisis más importante sea el discurso. Y discurso supone intención de uso e interpretación de mensajes, diferentes tipos de contexto, conocimiento previo, conciencia comunicacional, valores, principios, creencias y, por supuesto, las formas lingüísticas concretas que se ponen en práctica para englobar todos esos factores.” p. 147

Por medio del análisis se puede llegar a conocer otros tipos de contextos lejanos al propio y así se puede llegar a entender cuáles son los factores que diferencian un contexto de otro.

Para Santander (2011) el análisis del discurso ha venido tomando fuerza y se ha formado como una perspectiva empleada en las ciencias humanas y sociales. Toma el conocimiento y dice que su significado no se encuentra en las ideas sino en los enunciados y mensajes que se pueden observar y se ve al lenguaje no como mero medio referencial, sino también realizador o generativo.

### **2.3.1.1 Discurso en medios masivos**

El acto comunicativo se ve cómo cada acción y decisión que se toma durante todo el proceso de elaboración de primeras planas . Como por ejemplo, la tipografía, el contenido de titulares y notas, la imagen y cómo interpretar esta para que tenga un sentido con la parte textual.

La imagen por sí sola no configura un sentido completo de la cantidad de significaciones que se le puede dar a una imagen si se desconoce su paradero, sin atribuir un contexto espacio-temporal.

Según Rodríguez (2006):

“No existe un discurso por fuera de la imagen, pero ésta por sí sola tampoco configura sentido. Texto e imagen son dos elementos cuyo poder depende profundamente de su interrelación, así como de una larga lista de factores materiales e inmateriales que les dan vida, como su soporte físico, su relación gráfica, la credibilidad y difusión de la publicación en la que se encuentra un mensaje, la época histórica, etc.” p. 157

El análisis y la recepción depende de más factores como lo es la relación del estilo de la portada, la credibilidad, época histórica, etc.

### **2.3.2 Medios de comunicación**

La historia de los medios de comunicación va desde la época primitiva donde los primeros grupos conformados por personas necesitaban métodos para la organización y distribución de deberes. Así mismo, la comunicación ha avanzado desde las formas más primitivas hasta las más tecnológicas pero que parten de la premisa de la comunicación que es volver común un código para un grupo o comunidad.

Los medios de comunicación se han desplazado por diferentes ámbitos y maneras de expresión que va desde la escritura, la imagen, fotografía, cine y más recientemente, la combinación multiplataforma que se encuentra en internet.

Frente a este tema, Díaz (2010) menciona que los medios de comunicación han generado cambios e innovaciones en el lenguaje de la actualidad y con la revolución tecnológica se han visto en una crisis con retos para su convergencia y viabilidad.

#### **2.3.2.1 Periódico**

El periódico es un medio de comunicación que se ve desde los tiempos de Julio Cesar. A partir de los diarios donde se hablaba de la realidad social y el acontecer de cada día. El periódico se ha manejado en forma de diario y tiene diferentes ejes temáticos de actualidad como lo pueden ser noticias cotidianas, entretenimiento, política, economía y deportes.

Según Albornoz (2013) el periódico cuenta con diferentes elementos como lo son visuales, lingüísticos, editoriales, gráficos, etc. Cada uno de estos forma una estructura que se debe

llevar según la empresa o estilo de edición que se maneje en el periódico y cada elemento relata y muestra algo con un objetivo y un estilo de narración.

### **2.3.2.2 Mensaje**

Mensaje es el código en común que se usa para enviar una información a un destinatario.

Para Albornoz (2013) el mensaje en el periodismo es el elemento fundamental en la construcción del contenido y la entrega como tal en el medio impreso. Hace referencia a los filtros que debe tener el mensaje antes de ser emitido y entregado al lector para que cumpla con todos los valores discursivos y literarios que se requieren.

#### **2.3.2.2.1 Medio**

El medio es la vía por la cual se manda el mensaje que se quiere enviar. Este influye en la correcta recepción del mensaje y necesita tener el menor ruido o intervención posible para que el mensaje pueda llegar correctamente.

#### **2.3.2.2.2 Emisor**

Persona o individuo remitente que se encarga de enviar el mensaje al receptor por medio de un canal.

En las teorías de la comunicación el emisor es el que se encarga de pasar el mensaje por medio de un canal con el fin de emitir y que llegue a su destinatario.

Para Alsina (1997) el emisor cumple una función y dependiendo del modelo de comunicación utilizado tendrá ciertas características y relaciones dentro del proceso de intercambio de mensajes. Como se ve desde la semiótica se ven diferentes relaciones entre el emisor y el receptor. Esto se puede ver a través de un código compartido y esto depende del entorno y las circunstancias donde se desenvuelve la acción comunicativa.

### **2.3.2.2.3 Receptor**

Es la persona que se encarga de recibir el mensaje y lo descifra para poder entender lo que quiere decir el emisor.

En el documento de Alsina (1997) se hace notorio el proceso que se debe tener en cuenta para llegar al receptor. Esto dependiendo del modelo se puede ver como su papel no se puede limitar a la simple recepción, sino más bien se ve desde las relaciones y el espacio socio temporal como se obtiene la información.

En la modernidad y sobre todo en la revolución tecnológica se ve al receptor como otro tipo de emisor que también puede emitir y transmitir. A este se le atribuye la retroinformación y el concepto de prosumidores se hace presente en la era digital.

### **2.3.3 Semiótica de la imagen**

Para Tenius Karam (2011) es el estudio del signo icónico y sus procesos de significación. Este estudio analiza la imagen desde lo semiótico de lo visual como algo meramente de lo pictórico y lo visual a partir de diferentes ejes y formas como la estática, dinámica o diferentes plataformas.

Dentro de este análisis se encuentra el color, formas, iconos y composición. La imagen al ser un elemento que se encuentra en el ámbito social es importante analizar y reflexionar sobre su impacto y los procesos de comunicación social.

### **2.3.3.1 Identidad**

La identidad en la semiótica se refiere a los elementos que caracterizan el producto que se está estudiando y que con los elementos del color, posición, tipologías y paleta de colores crean un conjunto que forma la identidad y la procedencia del producto.

### **2.3.3.2 Portada**

La portada es la presentación de un producto. Refiriéndose al ámbito informativo y exclusivamente al periódico es la presentación y la primera página que actúa en forma de abrebocas y que cuenta con diferente información de una forma estructurada y pensada.

En esta se puede encontrar el logo del periódico, los titulares de noticias más destacados y una noticia que siempre se realiza sobre las demás en su tamaño de imagen y título.

Para Albornoz (2013) se debe comprender que la portada de un periódico es solo el extracto de todas las secciones y noticias que contiene el periódico y funciona como resumen del cuerpo total del producto final.

### **2.3.3.3 Connotativo**

El elemento connotativo es la percepción y el trato subjetivo que se tiene al objetivo observable. En la imagen cuando se pasa por la apreciación del espectador, se crean

reacciones, sentimientos, sensaciones y se relacionan con vivencias u objetos vistos con anterioridad para poder entender o sacar conclusiones de lo que se observa.

Para Jofré (2000), lo connotativo consiste en el valor simbólico que se le da a algo. Es la relación que se le da a un término dentro de los significados sociales que se construyen en comunidad. Funciona como un mecanismo que requiere de referencias y experiencias previas para poder darle sentido a la palabra.

#### **2.3.3.4 Denotativo**

El elemento denotativo es la imagen en su forma bruta sin una intervención de análisis o significado común. Es el objeto en su esencia pura y lo que se puede observar objetivamente como forma o figura.

Según Jofré (2000) lo denotativo se debe situar en los mecanismo retóricos del lenguaje. Se trata de lo objetivo llevándolo a la monosemia donde se focaliza el significante por medio del referente al que debe estar sujeta.

### **3. DISEÑO METODOLÓGICO**

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

La presente es una investigación vinculada con el paradigma cualitativo, el cual utiliza un método de análisis descriptivo e interpretativo. En la recolección de datos, el investigador

hace parte del proceso y tiene relación con los sujetos u objetos de estudios, sin embargo, debe tener claridad con respecto a la objetividad. Este paradigma se enfoca en conocer e interpretar fenómenos de la realidad social y lo competente a su entorno. (Sampieri, 2006). El enfoque cualitativo manifiesta interpretaciones que aportan a la percepción de una sociedad.

Mediante este paradigma se pretende analizar las principales características de un medio tradicional como el Q'hubo, para interpretar el motivo de su éxito en Medellín, detallando y explicando los elementos expuestos en sus primeras planas, evaluando el comportamiento narrativo del objeto de estudio

Así mismo, todo paradigma tiene un enfoque específico, y el que guía esta investigación es el histórico hermenéutico, puesto que se quiere realizar un análisis del discurso para interpretar los mensajes y narrativas que poseen las primeras planas de homicidio del periódico el Q'hubo. Este enfoque permite interpretar y comprender los mensajes y significados que no se evidencian a simple vista del medio de comunicación que se quiere analizar.

Lo histórico hermenéutico interpreta la realidad dentro de un contexto histórico y social mediante las prácticas deductivas e inductivas, tal como se plantea al inicio de la investigación, porque el objeto de estudio no es un elemento aislado de la realidad colectiva, sino que hace parte de diario vivir y se vincula con la cultura, si se analizan o interpretan los elementos que componen las primeras planas de estudio, se puede descubrir el pensamiento o gustos de los individuos que adquieren el periódico.

El tipo de investigación al que se recurre en este trabajo, centrado en el análisis del discurso, es el exploratorio, porque se examinarán las primeras planas de homicidios del periódico el Q'hubo, junto con todos los elementos que la definen, para comprender mejor los

componentes que atraen a las audiencia, ya que es un fenómeno poco explorado en Medellín. Sin embargo, también se realizará una investigación descriptiva analítica, porque se planea definir la estética, técnica, lenguaje, narrativa y coherencia del mensaje que utiliza el medio de comunicación.

## **3.2 DELIMITACIÓN**

### **3.2.1 SUJETO U OBJETO DE INVESTIGACIÓN**

El objeto de investigación son las primeras planas relacionadas con homicidios del periódico el Q'hubo de la ciudad de Medellín.

### **3.2.2 TIEMPO Y ESCENARIO**

Esta investigación se realizará en el periodo de un año a partir del semestre 2020-2 y 2021-1 realizando el análisis del discurso a las primeras planas relacionadas con homicidios del periódico el Q'hubo de la ciudad de Medellín. Este trabajo se viene realizando desde hace dos años en las materias destinadas para la elaboración de este dentro del pensum de la Universidad Católica Luis Amigó.

## **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Este proyecto es de carácter no experimental porque no va a intervenir en las variables de los objetivos. De esta manera, se escoge ser un diseño de corte transversal ya que esta investigación se desarrolla en un período de tiempo de carácter interno el cual va desde enero hasta abril del año 2020.

### 3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

#### 3.4.1 Matriz categorial

**3.4.1.1 Mantenimiento de registros:** este método de recolección de datos, permite mantener el registro de las primeras planas del periódico Q'hubo, extraídas de una fuente confiable ya existente, como la página oficial del medio, donde diariamente publican el contenido impreso, en formato digital. Además, la información recolectada durante la investigación, puede ser archivada y utilizada en futuras investigaciones que quieran expandir el tema principal de este proyecto o encaminar una nueva perspectiva investigativa.

**3.4.1.2 Proceso de observación:** como investigadores del método cualitativo, debemos tener en cuenta esta técnica para poder hacer el análisis del contenido de las primeras planas del periódico Q'hubo, mediante la toma de nota de los aspectos que guían los objetivos de esta investigación. Si se quieren entender e interpretar los mensajes, que sobre homicidios hablan y los elementos denotativos y connotativos de las primeras planas de este medio, se debe recurrir a un proceso de observación detallada de cada elemento propuesto, con un registro de información.

**3.4.1.3 Estudios longitudinales:** este método de recopilación de datos se lleva a cabo repetidamente en la misma fuente de datos durante un período de tiempo prolongado, en nuestro caso se deben recopilar las primeras planas que, sobre homicidios presenta el periódico el Q'hubo, durante el primer semestre del 2020, extrayéndose del sitio web oficial del medio tradicional, donde a diario publican digitalmente, el periódico impreso que fue entregado al público. Mediante la recolección, se podrán interpretar los mensajes y elementos

denotativos y connotativos que presente el medio de comunicación tradicional, creando correlaciones que permiten hacer un análisis más profundo de observación.

### **3.4.2 Entrevista estructurada**

Este es un instrumento esencial de la investigación cualitativa, generalmente al emplearse, se repite varias veces una misma pregunta a diferentes sujetos para hacer un estudio más profundo de la perspectiva del periodico el Qhubo. Para iniciar con su implementación, se comienza con preguntas generales, que permiten posteriormente ampliar y profundizar en la fuente. “La finalidad primordial de la entrevista -en investigación cualitativa- es acceder a la perspectiva de los sujetos; comprender sus percepciones y sus sentimientos; sus acciones y sus motivaciones.” (Schettini, Cortazzo, 2016, p. 19) por ello es necesario en la investigación, entrevistar periodistas del periodico el Qhubo, para entender su filosofía y el por qué de sus portadas.

Se plantea una entrevista estructurada para crear un grado de confianza con el entrevistado, empezar con un diálogo fluido e ir partiendo a los objetivos de la entrevista, acomodando el guión de la entrevista e ir cuestionando en profundidad. Con esta técnica se espera abordar a lo largo de las entrevistas, todos los temas que se plantean y discutirán, esto servirá para categorizar la información.

La entrevista estructurada se puede dividir en varias etapas, primero están los encuentros con el entrevistado, segundo, la recolección y selección de datos, y su registro son el fundamento de la obtención de información de cada sesión y por último, el análisis, aquí es donde se analiza, observa y reflexiona sobre cada entrevista, se categoriza la información para luego

ordenarla eficientemente y que posibilite un buen y comprensible análisis futuro. Toda la entrevista debe estar enfocada en el objetivo dos de la investigación para poder hacer un buen análisis del discurso informativo.

### **3.4.3 Encuesta**

La encuesta es un instrumento que se basa en el estudio o análisis de una serie de información que se busca por medio de la interacción con el objeto de estudio, grupos generales, focales, entidades o cualquier sujeto o grupo que pertenezca al fenómeno u objeto de investigación por el cual se pretende realizar este método de recolección de datos. (Jansen. P. 42).

Dentro de este método se le conoce a muestra como el o los sujetos que serán sometidos a la técnica. Cada uno de los sujetos deben contar con características que los acerque a ser alguien pertinente para ser entrevistados. Esto dependiendo de la calidad de la información, conocimiento, disposición, posición dentro de su entorno y la capacidad de expresarse. Todo esto a partir de las variables que puedan surgir durante el proceso de creación del instrumento. Como expresa Jansen: “... la encuesta cualitativa es el estudio de la diversidad (no de la distribución) en una población.” (Jansen, Harrie. 2013. p. 43)

## **3.5 SISTEMATIZACIÓN TÉCNICAS**

### **Objetivo general**

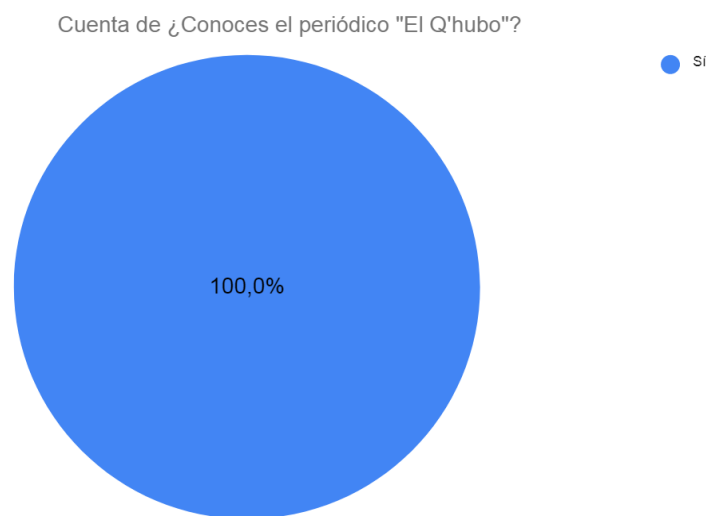
Analizar el discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, relacionadas con homicidios en la ciudad de Medellín, durante el primer cuatrimestre del 2020

### 3.5.1 Encuesta

#### Objetivo al que obedece

Determinar los efectos que producen las primeras planas sobre homicidios, presentadas en el periódico el Q'hubo a sus públicos o grupos de interés.

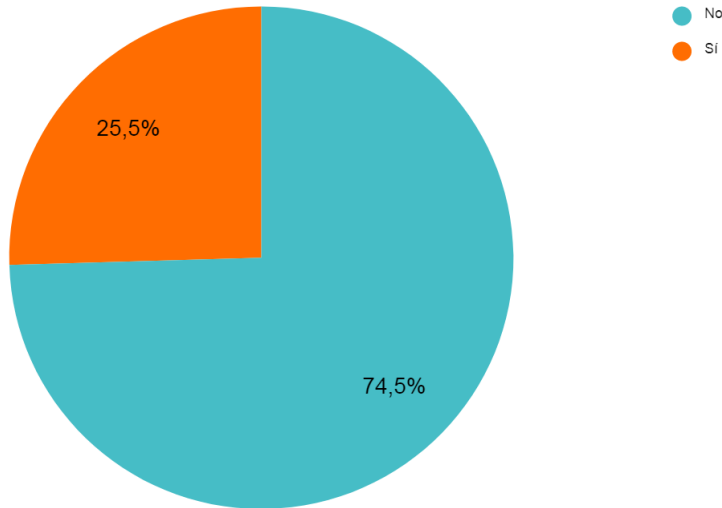
#### Pregunta 1



El 100% de los participantes de la encuesta conocen el medio el Q'hubo

#### Pregunta 2

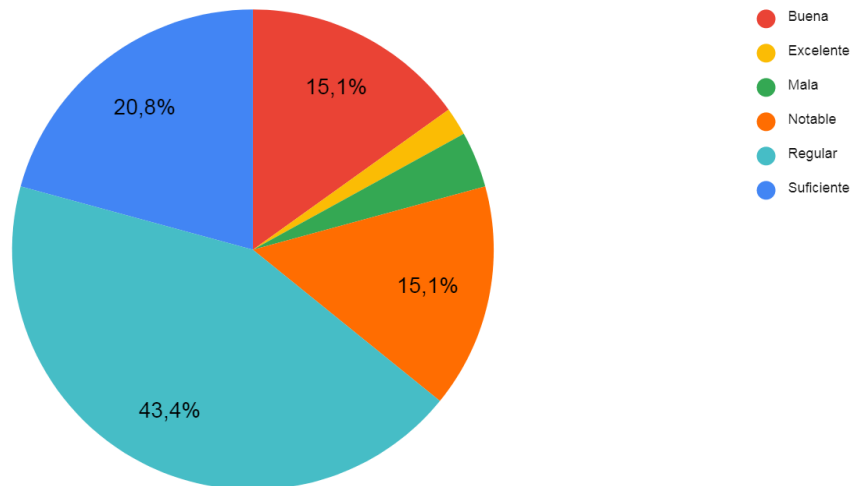
Cuenta de ¿Consumes, lees o compras el periódico "El Q'hubo Medellín"?



El 25,5% de las personas consumen, leen o compran el periodico y el 74,5% no lo consumen.

### Pregunta 3

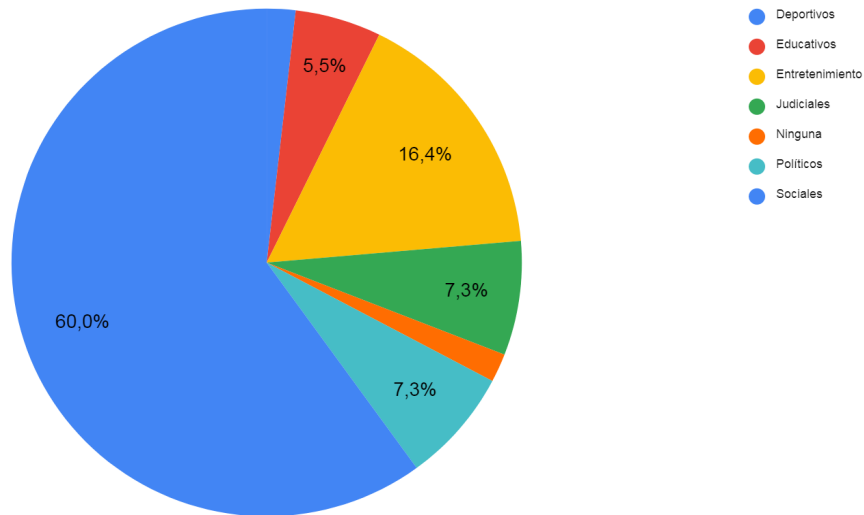
Cuenta de ¿Cómo consideras que es la información que presentan en el periódico?



El 1,9% de las personas consideran que la información que presenta el Q'hubo es excelente, el 3,8% dicen que es mala, el 15,1% dicen que es buena o notable, el 20,8% respondieron que era suficiente y el 43,4% opinan que es regular.

### Pregunta 4

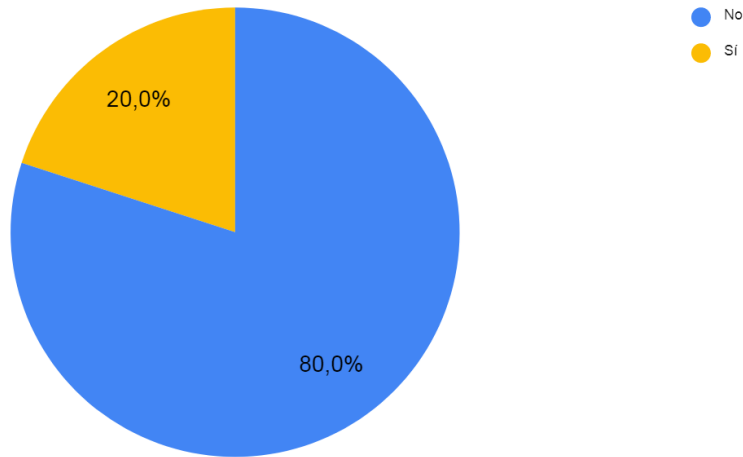
Cuenta de ¿Cuáles crees que son los temas más importantes y relevantes del medio?



En la pregunta ¿cuál crees que son los temas más importantes y relevantes del medio?, se obtuvieron los siguientes resultados: 1,8% respondió que ninguno, el 5,5% opinan que son educativas, el 7,3 respondió que judiciales o políticas (lo que es interesante ya que la mayoría de las portadas son de índole judicial), el 16,4% dicen que son de entretenimiento y el 60,0% indican que son de índole social.

## Pregunta 5

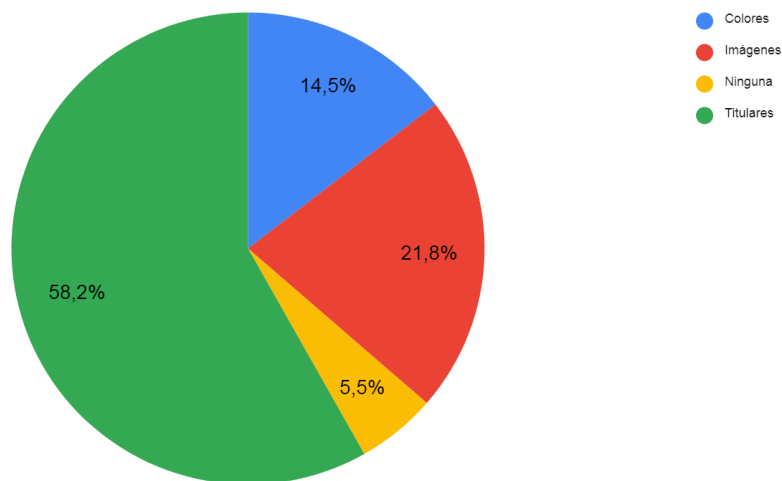
Cuenta de ¿Crees que el contenido de las portadas del periódico El Q'hubo de Medellín es apropiado para todos los públicos?



El 20% de la población que respondió la encuesta, opinan que el contenido que publica el periodico el Q'hubo en sus portadas es apropiado para todos los públicos y el 80% creen que no es apropiado para todo el público.

### Pregunta 6

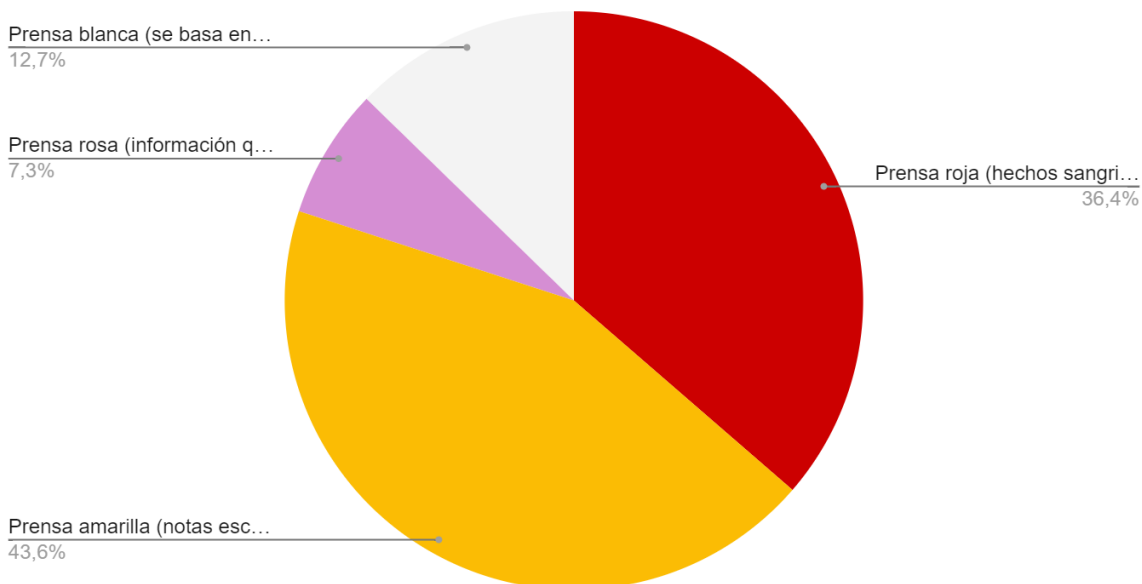
Cuenta de ¿Qué es lo que más te llama la atención del periódico?



Para el 5.5% de las personas que respondieron la encuesta, lo que más llama la atención de las portadas del periodico el Q'hubo es ningún elemento, para el 14,5% son los colores, el 21,8% opinan que es la imagen y el 58,2% dicen que lo más relevante es la forma de titular.

### Pregunta 7

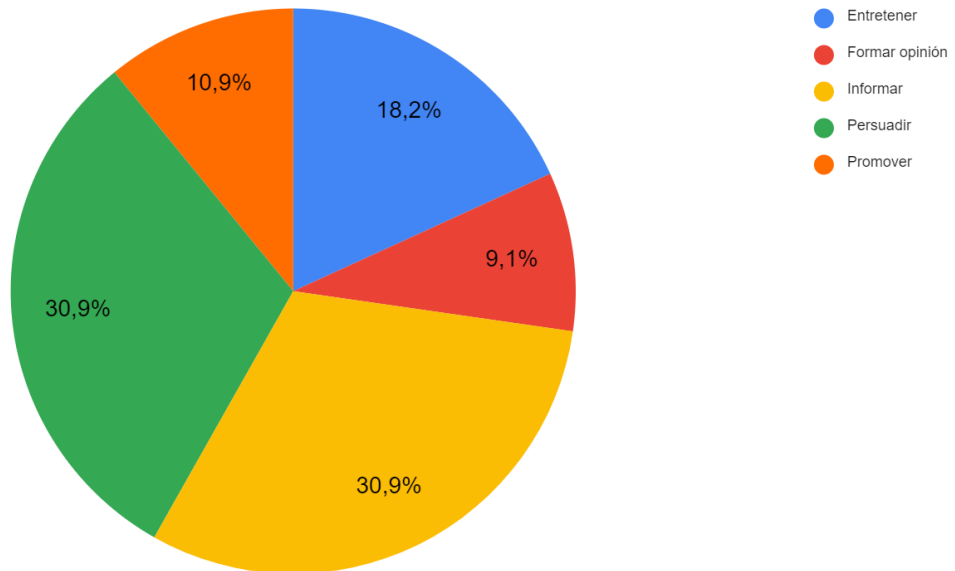
Recuento de ¿Qué tipo de contenido crees que se maneja dentro del periódico?



Con la encuesta se puede evidenciar que dentro de las respuestas sobresale con un 43,6% que piensan que el periódico El Q'Hubo cubre el contenido de tipo amarillista; el 36,4% piensan que manejan un contenido de tipo prensa roja con hechos sangrientos; el 12,7% de los encuestados opinan que el periódico maneja un contenido de tono prensa blanca donde es de carácter informativo y objetivo y el 7,3% opinan que manejan contenido de tipo prensa rosa, es decir, de entretenimiento.

### Pregunta 8

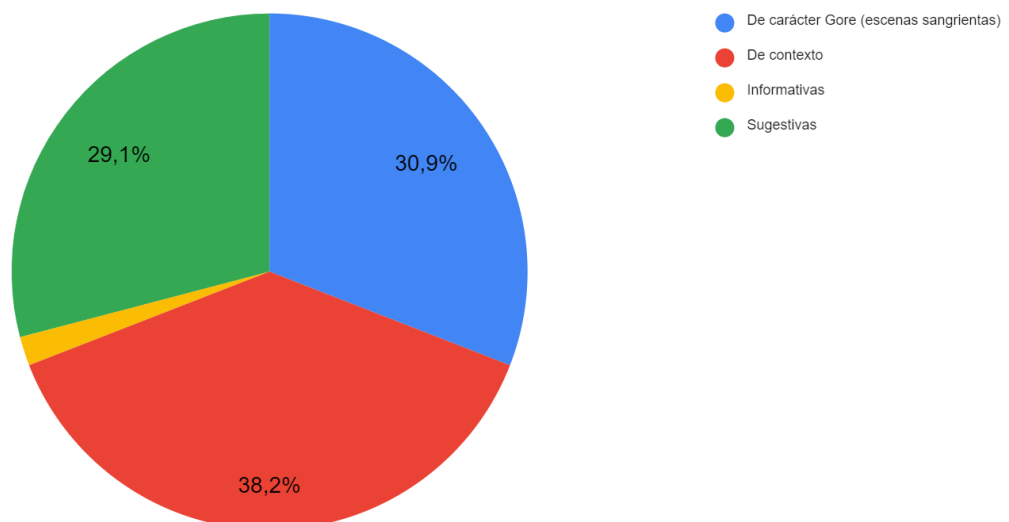
**Cuenta de ¿Cuál crees que es el objetivo del medio frente a sus portadas?**



Para el 30,9% de los encuestados el objetivo principal del periódico es informar e igualmente con el mismo porcentaje opinan que es persuadir; para el 18,2% busca entretener; para el 10,9% se busca promover y el 9,1% piensan que buscan formar opinión.

**Pregunta 9**

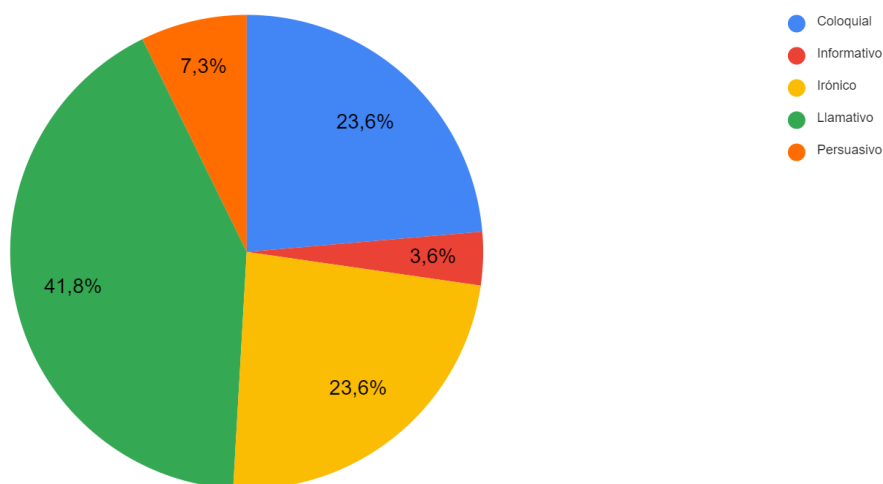
**Cuenta de Las imágenes o fotografías utilizadas en las portadas del periódico El Q'hubo son:**



Dentro de las respuestas de los encuestados se puede ver que para el 38,2% las imágenes utilizadas en las portadas del periódico son de contexto; el 30.9% piensan que son de carácter Gore (escenas sangrientas); 29,1% opinan que son imágenes de carácter sugestivas y el 1,8% piensan que son de carácter informativo.

### Pregunta 10

Cuenta de ¿Cuál crees que es el tono de los titulares que aparecen en las portadas del periódico El Q'hubo Medellín?



Para el 41,8% de los encuestados el tono de los titulares son de tono llamativo; para el 23,6% son de tono irónico y con el mismo porcentaje de tono coloquial; para el 7,3% de los encuestados los titulares tienen un tono persuasivo y para el 3,6% son de tono informativo.

### Preguntas abiertas

#### Pregunta 11.

Para el 60% los encuestados el color principal del medio es el amarillo donde representan el color como algo llamativo, que capta la atención o que mantienen alerta al lector; el 23,6% de los encuestados opinan que es el rojo y que representa el sensacionalismo, es llamativo y puede representar la sangre mientras que el 25,4% no respondió esta pregunta.

## Pregunta 12.

En la pregunta doce se mostró la siguiente portada:



Para los encuestados lo más llamativo son los titulares mientras dos encuestados dicen que no entienden la portada y dentro de las portadas se dice que manejan un lenguaje informal o de carácter sugestivo o negativo.

### 3.5.2 ENTREVISTAS

Objetivo al que obedece

Reconocer las características lingüísticas y estéticas del discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, a partir de su direccionamiento estratégico

### **Nombre**

Krystell Rodríguez Castañeda

### **Principales hallazgos**

La antigua periodista del periódico el Q'hubo afirma que es un medio “enfocado en difundir los hechos de relevancia en el área metropolitana, sobretodo judiciales” porque aunque hay otros temas relevantes en la ciudad, merecedores de portadas “no podemos desconocer que sigue siendo una ciudad violenta con conflictos urbanos muy fuertes”.

Es un periódico denominado “popular” donde cada periodista tiene un trabajo de investigación rigurosa, como cualquier medio, siempre buscan todas las fuentes para contrastar la información, tiene un tono de crónica roja y pueden llegar a ser sensacionalistas en su discurso. “por ser un periódico popular, puede ser de Crónica Roja o de tratamiento rojo cuando se trata de noticias judiciales. La gente tiene la impresión de que es algo amarillista, sí un poco sensacionalista porque mentiras no se dicen, pues toca ser más rigurosos en el trabajo de investigación, ser constante, buscar todas las fuentes, nunca hay una sola versión de los hechos“

Las temáticas que más aborda el medio son judiciales, de ciudad, zona rosa y deportes. “El fuerte que Q'hubo ha estudiado, con las diferentes estudios que ha hecho el medio para saber

qué es lo que pega es judicial y deportes, estos son los temas que más buscan las audiencias de Q'hubo”

Tienen bases de datos donde respaldar las portadas judiciales “todos los días tenemos acceso a una base de datos de la policía, de la Fiscalía, de la Secretaría de Seguridad, entonces usted puede ver esos datos de estadísticas, que han aumentado los robos, los homicidios o cualquier tipo de problema de orden público, con referencia a hace 1 año, hace 2 años”

En portada sale la noticia que más respaldo y fuentes tenga “El que esté más respaldado, con más versiones, con fotos, con estadísticas, ese tema entre todos se deciden, el editor se lo propone al director, quién decide entre dos o tres temas más fuertes del día cuál va a ser la portada y cuál va a ser la contraportada”

Se encontró que la información proporcionada, respecto al lenguaje, coincide con las portadas analizadas; “se trata de ser muy cercano a las personas, no se usan tecnicismos, porque somos conscientes de la audiencia que tenemos”, “se trata de apelar mucho también con las emociones, entonces cuando hay un hecho muy fuerte entonces se pone macabro, que horror, para que la gente diga, ¿cómo así que paso? Para captar la atención inmediata”

Q'hubo no muestra fotografías explícitas “Con las fotos les quiero decir que Q'hubo no muestra sangre, aunque todo el mundo diga que ese periódico destila sangre, no pueden haber fotos de sangre” cuando son fotos de cortesía es porque se la piden a las familias o consultan con la abogada si pueden obtener una foto de redes sociales.

Respecto al color, el más relevante es el amarillo porque produce cercanía “el más importante es el amarillo, eso estaba dentro del manual de estilo y se decidió que iba a ser así para todo el país” “La gente lo relaciona con amarillismo, justamente, pero es algo que nos daba mucha cercanía”

### **Nombre**

Mauricio Andrés Palacio Betancur

### **Principales hallazgos**

Cuando llega la información se debe hacer un proceso de verificación e investigación rigurosa “empezamos el proceso de comprobación de verificación de la información y lo importante en el paso es ir al lugar de donde se está desarrollando, entonces muchas veces se está haciendo la inspección al cuerpo y ahí ya recogimos la información de primera mano con los mismos encargados de hacer la inspección y a la vez hablamos con vecinos, con familiares de las víctimas, con varias fuentes para poder recoger la mayor cantidad de datos posibles”

El periodista afirma que el tema principal que aborda el periodico son las noticias judiciales o de orden público pero han tratado de involucrar otros temas y hacer una transformación discursiva “en los últimos años se ha hecho una transformación en el contenido, un tratamiento donde cambiar el lenguaje de la noticia, se ha tratado también de dar cuenta que se estima que cargamos de amarillista, sensacionalistas, pero hemos dado giro de 180 grados para evitar justamente ese tema” “si ha predominado el tema judicial, pero con lenguajes distintos.”

Las portadas de homicidio no se realizan por el simple hecho de haber un muerto, hay un trabajo riguroso para brindar buena información “qué hay detrás de ese caso que nos pueda dar algo diferenciador que pueda valer un título en portada” por otro lado, se aceptan los errores del pasado, y manifiesta que se ha trabajado para no volver a titular de forma inconsciente “Lo otro obviamente, es pensar a la hora de titular, si se han propuesto títulos que pueden ser ofensivos, pero obviamente para eso se toma decisiones en equipo y decirle al compañero ese título no porque la familia puede ofenderse o esa persona puede entonces entrar ya a sentirse aludido o ofendida, yo creo que hay que pensar es que a pesar de que haya sido un criminal que asesinan en una calle de Medellín, ese criminal también tiene familia”

El uso de la mayúscula en las portadas es una estrategia de visibilización “es cuestión de diseño para que se vea en el semáforo” además se deben tomar decisiones frente al diseño, determinando que tiene más relevancia en la portada “debemos pensar que vende más ¿el título o la imagen? Entonces poner una calle vacía, se pierde espacio en la nota, más fácil que el texto sea grande, que la gente pueda ver incluso desde el semáforo, que el motociclista o el conductor vaya en su velocidad determinada y que en un paso pueda ver desde lejos el título grande” “Cuando no se logra la imagen, recurrimos a un título llamativo, con letra grande, que pueda tomar buena parte de la portada y que puedan causar esa sensación que también causaría la imagen”

El color más relevante para el periodista es el Amarillo, por temas de marca nacional, es su identidad, juntos con otras ciudades, revela que estéticamente todas las ciudades deben

mantener el mismo formato en sus portadas pero la forma de titular y el discurso informativo es totalmente distinto en cada ciudad. Medellín ha tenido una evolución, pero otras ciudades siguen teniendo lenguajes agresivos “todos debemos mantener la misma imagen en las portadas, se unifica los criterios y la imagen del Q'hubo de Medellín es prácticamente la misma portada que vos vas a ver en cuanto a diseño me refiero en Bogotá, en Manizales, en Pereira, en Cali, Barranquilla. La diferencia con otras ciudades es titular, hay si nosotros hemos cambiado porque otras ciudades si son más agresivas a la hora de titular, con títulos ofensivos, que se han generado debates incluso en los grupos de editores para que le bajen un poco el tono, porque es justamente una intención nacional bajarle el tono a lo amarillista que hay en el ambiente de lo que es Q'hubo”

Por último, Q'hubo tiene un tono discursivo coloquial para que las personas sientan cercanía y empatía con el medio “Ya hace algunos años marcamos un decálogo justamente de redacción, algo que no se tenía anteriormente y ese cambio a la hora de titular sí hemos visto que busca identidad con la gente, más empatía por así decirlo, más pensar en cómo se habla en la calle y qué sentimientos hay en la calle para poder llevar un título acorde a lo que se dice y se discute, no entrar con palabras rebuscadas, mucho menos hacer títulos ofensivos. Nos queremos identificar más con la gente, tratamos de buscar esa sintonía con la gente y también obedece a un decálogo que se constituyó ya hace unos años, que se ha tratado de mantener y cumplir”

**Nombre**

Rodrigo Morales Zapata

### **Principales hallazgos**

Dentro de la proyección del medio se puede ver que no cuentan con una misión y visión como tal. Según el director “Nosotros como tal no tenemos de manera escrita la misión o visión del periódico, lo que sí está es misión y visión de la casa editorial El Colombiano. Nuestra misión y visión es informar a nuestro público que está dirigido dentro de los estratos 2, 3 y 4 sobre lo que pasa en la ciudad, en el departamento, en el país o en el mundo si es el caso.”

En el progreso del periódico el Q’Hubo como medio impreso y su transformación con los cambios que se han visto en el tratamiento se puede ver cómo las portadas siguen siendo llamativas para atraer al lector.

“...acabamos de comenzar una campaña de suscripciones en marzo, pero nosotros dependemos básicamente de vender el periódico en la calle y para venderlo utilizamos la portada y la contraportada. Entonces siempre se ha pensado que la información judicial debe ir en la portada, pero nosotros en una decisión tomada desde la organización, se pasó la parte judicial para la contraportada y dejamos la portada para otros temas que tienen que ver con ciudad, política, economía, deportes, etc.”

Dentro de las dinámicas de trabajo Rodrigo Morales muestra diferentes espacios y las obligaciones dentro del cronograma de un medio de comunicación.

“Nosotros tenemos unas dinámicas de trabajo. La primera es a las 8:30 am, a esa hora hacemos una reunión por whatsapp en la que los periodistas proponen cada uno dos historias o hay algunos que proponen noticias de deporte.

Lo que hago yo a esta hora es darles el enfoque que considero que deben trabajar. Si hay algún tema que yo pienso que debe ir y no está ahí, pues obviamente yo lo redirecciono y digamos que ellos trabajan hasta las 3:30 pm que tenemos una reunión de portada donde la realizamos de manera presencial y cada uno expone cada uno de los temas que ha trabajado o si ha habido un cambio de planes en la mañana por algo que ocurra y ya ahí tomamos la decisión entre el equipo de qué es el tema de portada y qué es el de contraportada. Si hay alguna noticia que se necesite cambiar yo la cambio, como director tengo la potestad del Q'hubo para tomar ese tipo de decisiones pero siempre trato en general que sean entre todo el equipo porque creo que eso nos ayuda a todos a crecer.”

Teniendo en cuenta la entrevista se puede decir que dentro del manual corporativo de identidad y estilo gráfico también poseen manuales de estilo donde se definen los tipos de portadas y también cómo se define esta portada durante las reuniones de grupos que son parte fundamental de la organización.

“Nosotros a las 3:30 pm cuando ya escogemos el tema de portada ya escogemos el título. Este lo propone el periodista que hace la noticia y entre todos lo vamos puliendo y finalmente se toma la decisión ahí en ese momento pero una cosa es decir una palabra y otra verla escrita. Cuando estamos con el equipo de diseño revisando la portada empezamos a jugar, miramos el título, si llevo foto o no y ahí yo ya tomo la decisión sin consultar con nadie si lo cambio o no pero trato de respetar las decisiones que se tomaron en la reunión de por la tarde.”

Con el tema del posicionamiento del periódico y su objetivo a un futuro se habla del cambio que se debe hacer teniendo en cuenta el cambio por el paso del tiempo, generacional y del contexto y de identidad social. El director habla de que el medio debe conocer a su público y adaptarse para poder seguir en el medio pero siempre hay cosas que deben tener su ciclo y terminar en el momento que debe dando como ejemplo la chica Q'Hubo.

Siguiendo con este tema se habla de la reconstrucción de imagen e identidad del periódico que lo que busca es tener una acogida por su información y no por los titulares llamativos que antes se realizaban pero que ya reconocen como un error y que siempre los tienen presentes para no volver a repetir este tipo de titulaciones.

También se habla de cómo el medio necesita portadas llamativas para seguir vendiendo pero que se ha buscado cambiar el tono de la portada para llamar más la atención desde otro punto que no sea solo casos judiciales de homicidios que no necesariamente pueden generar más consumo.

“El solo hecho de poner un muerto en la portada no significa que vendamos más. Hay historias de historias, si cogen a un fletero en la 33 que lo hemos publicado y lo matan esa historia si le impacta mucho a la gente porque digamos que hay una pelea de buenos contra malos. Una noticia de conflicto entre bandas puede interesar más que saber que cogieron a un pillo que vende marihuana en el Barrio Antioquia no creemos que eso haga que la gente quiera comprar más el periódico.”

Dentro del tema de imagen e identidad del periódica se habla que al periódico se le ha criticado con base en supuestos y paradigmas que siguen teniendo peso en la sociedad sobre

los errores en portadas pasadas de años anteriores. Cabe recalcar que este paradigma puede reforzarse dentro de las redes sociales ya que parte de estas portadas se compartieron en un tono de “meme” que se han vuelto virales en las plataformas virtuales.

“El periódico se critica con base en supuestos, que nosotros ponemos fotos de muertos o mujeres desnudas pero nosotros no colocamos nada de eso. Es más, tenemos una regla no escrita en lo que hacemos nosotros de no poner un foto con sangre y si es el caso la quitamos.”

Dentro de los cambios que se han realizado con las portadas el director describe los cambios que se definieron luego de la búsqueda de un cambio de identidad pero que solo quedó en un rejuvenecimiento del logo.

“En el lado de la portada hay unos colores que se definieron y siempre buscamos llamar la atención con la portada y sabemos que la gente cuando va a comprar el periódico tiene unos pocos segundos para saber si va a tomar la decisión de si el tema o el título le llama la atención o no entonces le apostamos a eso.”

### **3.5.3 MATRIZ**

#### **Objetivo al que obedece**

Identificar los elementos denotativos y connotativos del discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, durante el primer cuatrimestre del 2020.

#### **Principales hallazgos**

Se realizó una recolección de portadas del primer cuatrimestre del año 2020, donde se obtuvo un total de 88 portadas, de estas, 55 contienen noticias de homicidios, esto quiere decir que el

62,5% de contenido en las portadas del periodico el Q'hubo, durante 4 meses fue de homicidios en la ciudad de Medellín.

Respecto a los colores, se evidencio que la frecuencia del amarillo dentro de las portadas esta en el primer puesto, porque representa la marca del medio, continuamente se evidencia que el rojo es el segundo color más utilizado, sigue el blanco y por último el negro, además se detectaron otros colores como el azul y verde en un pequeñas proporciones, para dar relevancia a las noticias de homicidio, que si bien estan en primera plana, no son las principales. Por ejemplo, en la portada número 40 de la matriz, que responde al día de publicación 04/03/2020, la noticia principal es sobre un atraco, pero para dar relevancia a la noticia de homicidio, se diagramó dentro de un recuadro verde que hace resaltar la noticia, así mismo se presenta la noticia 42 de la matriz del día 09/03/2020, pero en un recuadro azul. Se hace necesario mencionar este fenómeno (cambio de color) porque solo ocurre cuando se quiere resaltar una noticia de homicidio que no es la principal dentro de la portada.

Q'hubo también manifiesta en primera plana cuando no hay homicidios por mucho tiempo en un sector, por ejemplo, en la portada número 13 de la matriz que corresponde al día 21/01/2020 el titular es “20 DÍAS SIN HOMICIDIOS EN EL CENTRO”, paradójicamente aparece bajo otra noticia principal que muestra cómo buscan a los asesinos en Medellín. Otro ejemplo es la portada 36, que corresponde a la fecha 26/02/2020, el titular es “ALTAVISTA DURÓ 64 DÍAS SIN HOMICIDIOS” y describen el último caso en diciembre.

Utilizan un lenguaje muy coloquial y cercano a las personas de los barrios, no usan tecnicismos, sino que utilizan expresiones como “BALA A DOS PRIMOS EN BELLO”,

“POR QUÉ ESTÁ CALIENTE LA 13” o “SE PRENDIÓ BELLO” para referirse a múltiples muertes que ocurrieron y se evidencian en las portadas número 17 de la matriz, del día 29/01/2020, 31 del día 19/02/2020 y 33 del día 21/02/2020 respectivamente.

Recurren a palabras típicas de la crónica roja para llamar la atención del público, así se evidencia en las portadas: 10 del día 18/01/2020 con la palabra “LO QUEMARON VIVO” escrita en mayúscula, de color amarilla y en un fondo rojo, 19 del día 01/02/2020 con la expresión “MACABROS HALLAZGOS” escrita en mayúscula y de color amarillo, la portada 23 del día 06/02/2020 con la palabra ¡INFAME!, 29 del día 17/02/2020 donde dicen “MASACRE EN LA 13” escrita en mayúscula, con un color blanco sobre un fondo rojo y la portada 43 del día 10/03/2020 con una letra amarilla, en mayúscula que dice “ASUSTADOS”.

Se evidencia que las fotografías usadas en las portadas tienen planos enteros o generales, donde generalmente muestran la escena del homicidio, sin ser explícitos, son imágenes generales de la fachada de una casa, un carro, un barrio, una acera o un lugar específico. Las fotografías de las personas en vida son en primer plano.

#### **4. TRIANGULACIÓN**

Este término se puede entender como la formulación de una estrategia metodológica donde se pueden abordar diferentes métodos para investigar un solo sujeto u objeto para obtener información desde diferentes perspectivas lo cual permite tener una vista mucho más amplia

para el análisis y entender los resultados de la investigación tal como lo expresa Arias

Valencia:

“Se asume convencionalmente que la triangulación es el uso de múltiples métodos en el estudio de un mismo objeto. Esta es la definición genérica, pero es solamente una forma de la estrategia. Es conveniente concebir la triangulación envolviendo variedades de datos, investigadores y teorías, así como metodologías.” pág. 4

Dentro de la triangulación existen algunos tipos de métodos que poseen nombre propio como la triangulación de investigadores, triangulación teórica, metodológica y la que se utilizará en este trabajo en específico que es la triangulación de datos que explicaremos en el siguiente apartado.

#### **4.1 TIPO DE TRIANGULACIÓN**

Valiéndonos de un trabajo de corte cualitativo, se realizará una triangulación de datos, puesto que permitirá verificar y comprobar la información que se recolectó durante la investigación, en el marco teórico, relacionándolo con la entrevista, la ficha de observación o matriz y la encuesta, teniendo en cuenta las variaciones que se puedan encontrar “la inconsistencia en los hallazgos no disminuye la credibilidad de las interpretaciones y, en este caso en particular, el análisis de las razones por las que los datos difieren sirve para analizar el papel de la fuente que produjo los datos” (Benavides, Mayumi Okuda, & Gómez-Restrepo, Carlos. Pag.121) identificando los diferentes fenómenos que se puedan producir y enfocados en responder los objetivos propuestos.

## 4.2 TRIANGULACIÓN

A partir de la triangulación de datos podemos relacionar los instrumentos utilizados para la recolección de información y con estos llegar a conclusiones a partir de los resultados que arrojaron las entrevistas, encuestas y el análisis de las portadas relacionadas con homicidios.

En la entrevista con el director del periódico el Q' Hubo Rodrigo Morales Zapata, se evidencian los cambios que ha tenido el medio en su forma de titulación y cómo se crea la portada dentro del periódico, Albornoz (2013) nos cuenta que cada periódico cuenta con diferentes elementos visuales, lingüísticos, editoriales, gráficos, etc. Cada uno de estos forma una estructura que se debe llevar según la empresa o estilo de edición que se maneje en el periódico y cada elemento relata y muestra algo con un objetivo y un estilo de narración.

“Si hay algún tema que yo pienso que debe ir y no está ahí, pues obviamente yo lo redirecciono, ellos trabajan hasta las 3:30 p.m., luego tenemos una reunión de portada de manera presencial y cada uno expone los temas que ha trabajado o si ha habido un cambio de planes en la mañana por algo que ocurra y tomamos la decisión entre el equipo de qué es el tema de portada y qué es el de contraportada.” ENTREVISTA A RODRIGO MORALES

Este tema se puede ver que se aplica a nivel general dentro de las portadas analizadas al ser titulaciones informativas y objetivas sin llegar a la sátira o al juego de palabras como en algunas portadas de años pasados que se han quedado guardadas y compartidas en redes sociales con el paso de los años y que se ve como lo que no se debería hacer a la hora de titular, sin embargo, en las portadas analizadas se sigue viendo un lenguaje de prensa roja,

donde utilizan expresiones llamativas como “LO QUEMARON VIVO” escrita en mayúcula, de color amarilla y en un fondo rojo, “MACABROS HALLAZGOS”, ¡INFAME!, “MASACRE EN LA 13” o “ASUSTADOS”.

Ahora bien, se siguen evidenciando que la mayoría de sus portadas tienen temas judiciales, así lo demuestra la matriz categorial donde se realizó una recolección de portadas del primer cuatrimestre del año 2020, donde se obtuvo un total de 88 portadas, de estas, 55 contienen noticias de homicidios, esto quiere decir que el 62,5% de contenido en las portadas del periódico el Q’hubo, durante 4 meses fue de homicidios en la ciudad de Medellín.

Por tanto, lo afirma el periodista Mauricio Palacio el cual dice “ha predominado el tema judicial, pero con lenguajes distintos” avalando la premisa de que aunque el periódico ha tratado de migrar su lenguaje y su narrativa hacia un estilo menos “agresivo” sigue predominando la prensa roja, porque como menciona la ex periodista del Q’hubo en la entrevista, es un medio “enfocado en difundir los hechos de relevancia en el área metropolitana, sobretodo judiciales” porque aunque hay otros temas relevantes en la ciudad, merecedores de portadas “no podemos desconocer que sigue siendo una ciudad violenta con conflictos urbanos muy fuertes”.

Teniendo en cuenta la información anterior, tal vez estos hechos se han naturalizado tanto que dentro de la encuesta se evidencia que el 60% de las personas que respondieron, indican que las noticias de las portadas del Q’hubo son de índole social, mientras que solo el 7,3% respondió que son noticias judiciales, lo que encontramos contradictorio entre la creencia y los efectos de la sociedad y los hallazgos en la matriz.

Dentro de la relación del análisis del discurso y la descripción de su uso como un combate a la desigualdad social, el director del Q' Hubo se pronunció de la siguiente manera:

Q'hubo es un periódico popular, enfocado en difundir los hechos de relevancia en el área metropolitana, sobre todo judicial. Hay una verdad que no se puede desconocer en la ciudad de Medellín, es cierto que hay muchos avances en Innovación, tecnología, pero no podemos desconocer que sigue siendo una ciudad violenta con conflictos urbanos muy fuertes.

También se debe tomar en cuenta que dentro de las respuestas del director se encuentra que se ha tratado de cambiar un poco el temario de las portadas para tener más dinamismo y que algunos temas que puedan ser de más interés general de ciudad, tener más relevancia y cubrimiento dentro del periódico y con esto las noticias judiciales han ido cambiando su posición dentro del periódico.

Para Albornoz (2013), el mensaje en el periodismo es el elemento fundamental en la construcción del contenido y la entrega como tal en el medio impreso. Hace referencia a los filtros que debe tener el mensaje antes de ser emitido y entregado al lector para que cumpla con todos los valores discursivos y literarios que se requieren, y aunque dentro de las entrevistas se aclara que se tienen reuniones editoriales para publicar una noticia de interés, bien redactada y objetiva, se contrapone a la encuesta donde se encontró que dentro de las respuestas sobresale un 43,6% que piensan que el periódico El Q'Hubo cubre contenido de tipo amarillista y el 36,4% piensan que manejan un contenido de tipo prensa roja, además el 80% de las personas opinan que el contenido que publica el periodico el Q'hubo en sus

portadas no es apropiado para todos los públicos, por ello se encuentra que el paradigma sobre su postura y estilo quizás aún no se ha reformado entre la sociedad.

Por otro lado, Tenius Karam(2011) define la semiótica de la imagen como el estudio del signo icónico y sus procesos de significación, donde la imagen al ser un elemento que se encuentra en el ámbito social es importante analizar y reflexionar sobre su impacto y los procesos de comunicación social.

Dentro del análisis de las portadas en la matriz se comprobó que el periodico no utiliza imágenes explícitas de los hechos violentos, las fotografías en las portadas tienen planos enteros o generales, donde generalmente muestran fotos de la fachada de una casa, un carro, el retrato en vida de la víctima, un barrio o una acera, lo que se alinea con las respuestas de la encuesta donde el 38,2% afirman que las imágenes utilizadas en las portadas del periódico son de contexto. No obstante, el 30.9% de los encuestados opinan que son de carácter Gore (escenas sangrientas), lo que tal vez se trate de un imaginario social.

Por último, la identidad dentro de la semiótica se refiere a los elementos que caracterizan el producto, y el Q'hubo claramente se identifica con el color amarillo, el cual se trabaja como marca nacional en todas las ciudades donde rota el periódico, para Krystell Rodríguez este color crea cercanía, lo que no se contrapone a las opiniones de los encuestados que afirman que el amarillo representan algo llamativo para mantener alerta al lector, así mismo se trabaja el tema de las mayúsculas en los titulares, como un tema estratégico de visibilización y para captar la atención de las personas que circulan en las calles y solo tienen un minuto para leer la portada y decidir comparlo.

## 5. CONCLUSIONES

A través del trabajo de investigación se puede evidenciar, con soporte en las portadas analizadas, que el discurso informativo del periódico el Q'hubo ha tenido cierta transformación en su lenguaje escrito y visual. Sus titulares han pasado a tener un tono menos agresivo, pero mantienen un lenguaje directo, con palabras impactantes, que llaman la atención del lector por el contenido judicial que ha acogido el medio.

Dentro de este panorama es importante mencionar cómo ese imaginario colectivo es el mismo que el periódico ha tratado de cambiar y dentro de las entrevistas realizadas demostraron su inquietud en verificar si dentro de nuestra matriz de primeras planas aún existían las características por las que eran criticados y que se describen dentro de la encuesta realizada que son marcadas en el tono, tipo de fotografías y el contenido gore.

Adicionalmente, dentro de las fotografías no se evidenciaron imágenes explícitas de homicidios, y como lo afirman los periodistas en las entrevistas realizadas, tienen limitaciones por temas éticos con las familias, respecto a fotografías. Sin embargo, cabe denotar el imaginario social que se ha creado, donde las personas encuestadas recuerdan o recrean en su sus mentes, portadas con imágenes sangrientas y no aptas para todos los públicos.

Estos hallazgos controversiales se podrían convertir en un tema de análisis más profundo, puesto que sería interesante sumergirse en la transformación de un periodico que por años ha tenido un estilo fuerte y explícito de información y ahora, tal vez por cuestiones de imagen social o al verse amenazados por una juventud más consciente, han decidido cambiar su

lenguaje, manteniendo su estilo gráfico, expuestos al imaginario social mencionado anteriormente.

Inclusive, se podría hacer un paralelo entre las ediciones de otras ciudades como Calí y Medellín, en virtud de que el Q'hubo de esta última ciudad es quién posee más tacto y sensibilidad en cuanto a temas judiciales, específicamente homicidios.

Abordando otra temática conclusiva y expuesta a controversias ¿cumple el periódico el Q'hubo con las funciones de los medios de comunicación masivos? dentro de su contenido realmente buscan educar, entretener, informar y crear opinión o ¿sólo crean material que vende?

En la sociedad del conocimiento, los medios de comunicación son indispensables y su misión de educar no puede verse limitada, está claro que vivimos en una ciudad con conflictos y homicidios casi a diario y para este medio, mostrar la violencia en sus portadas es indispensable, quizás para recordarle a las personas los peligros a los que se puede enfrentar o para hacer un recuento de los muertos que padece Medellín.

Se debe tener claro que los medio influyen en nuestras ideas y percepciones, lo que hace pensar que para el Q'hubo es más importante implantar la idea de una ciudad criminal a una Medellín con oportunidades educativas y temas culturales, y es que dentro de las publicaciones sólo se evidenciaron noticias judiciales, algunas de deportes y otras cuentas de personajes famosos, y cuando sólo se leen temas trágicos, nos convertimos en una comunidad tergiversada por el mal, porque somos lo que vemos, oímos y leemos, por tanto, si un medio de comunicación no difunde o da relevancia en sus portadas a temas educativos, tal vez no le interese tener una sociedad formada.

El periódico desde la perspectiva de su función informativa posee características que debe cumplir como un medio tradicional y entre esto se incluye el sentido noticioso de la información que debe añadir a su parrilla de contenidos. Con esto se quiere decir que por medio de las entrevistas y la matriz podemos observar que el contenido que se publica puede ser de carácter informativo, teniendo en cuenta que incluso en el momento de cuarentena en el año 2020, el periódico redactó información alusiva y se cambió el temario habitual de la portada.

Aparte del momento de cuarentena, logramos concluir que desde filtro utilizado para escoger las portadas de interés para su análisis, encontramos diferentes portadas denunciando conflictos, extorsiones y hechos violentos que ocurrieron en los diferentes sectores de la zona.

A partir de estas temáticas y el estar acoplándose a la inmediatez como un medio masivo, se debe regir por los temas de interés y donde se vea la novedad e inmediatez. Por medio de esto y el uso del temario que utilizan para sus portadas se puede evidenciar que el periódico cumple la función de formar opinión, ya que están relatando el acontecer de lo último que pase en la ciudad brindando contexto.

A parte de este carácter que siempre está permeado por la sociedad que consume su contenido, podemos ver en sus portadas que buscan llegar a los temas de opinión que generen debate y crear un impacto en el lector. De esta manera, teniendo en cuenta el índole de noticias y titulares, se puede ver que ya existe un imaginario acerca del medio y también del contenido que se muestra en él que hace parte de nuestra realidad.

Cabe recalcar que de esta realidad se debe cubrir la violencia e injusticias que se pueden presenciar cada día. Teniendo en cuenta esta información este medio cumple su función de dar opinión al mostrar un contexto y una realidad que puede ser ajena a los lectores pero que de igual forma les muestran parte de su contexto.

Respecto a la función de entretener dentro del periódico El Q'hubo Medellín, se puede ver que en sus portadas se utiliza un lenguaje más formal y de carácter informativo que de entretenimiento. En algunas portadas relacionadas con esto pudimos evidenciar ciertos titulares con noticias de escándalos de personas famosas o hechos bizarros y extraños donde el titular genera interés al no ser común como algún caso personal o colectivo dentro de la ciudad. Con esto nos referimos a que su función de entretenimiento se ve de manera ocasional, pero esto se podría entender por la parrilla de contenidos y los temas que escogen dentro de sus reuniones.

## **6. PRODUCTO**

### **6.1 ENSAYO ACADÉMICO**

#### **Análisis de las funciones de los medios de comunicación aplicados en las portadas de homicidio del periódico el Q'hubo**

Los medios de comunicación poseen un gran poder público, desde sus inicios el ser humano ha buscado informar y la estructuración de esta se ha ido transformando con el paso del tiempo. La prensa escrita ha creado un espacio importante dentro del espectro cultural y ha realizado la tarea de relatar el acontecer de la cotidianidad y esto hace una parte fundamental del tejido social y su contexto. Hoy en día el propósito fundamental de los medios con su

contenido es, educar, informar, formar opinión y entretener. Fundamentándonos en esta premisa, se indagará a través de este ensayo académico si el periódico el Q'hubo de Medellín, efectúa o no las cuatro funciones de los medios de comunicación antes mencionadas, evaluando la pertinencia de sus contenidos en la construcción de la sociedad.

Como se indicó anteriormente, los medios de comunicación escritos y de información masiva permean en la sociedad con una gran cantidad de hechos y mensajes que suceden durante el acontecer cotidiano. Para el periódico de una ciudad, conocer los hechos más relevantes forma parte de la cultura y de su deber para poder informar y realizar su papel como transmisores.

Dentro de los ejemplos de periódicos que podemos observar en el área metropolitana podemos mencionar las editoriales El Tiempo, El Espectador, El Colombiano, El País, Periódico ADN y en el que nos enfocaremos más precisamente el Periódico el Q' Hubo Medellín. Cada uno de estos cuenta con un enfoque, temáticas, parrilla de contenidos y dentro de esta existen unos ejes principales como los temas políticos, judiciales, culturales, deportivos, sociales, de entretenimiento, educativo, etc.

El periódico el Q'Hubo Medellín, realiza su labor como un medio tradicional, adaptado a las capacidades que brinda el entorno virtual y multiplataforma. Con esto nos referimos a que así posea una versión impresa, también cuenta con redes donde se puede publicar información, pero de una manera más rápida, con mayor capacidad de divulgación según el interés por la noticia y el tema de actualidad. El enfoque del periódico son las noticias de índole judicial,

con un lenguaje irreverente que se presta para llamar la atención por los impactantes y en ocasiones ofensivos titulares para diferentes públicos.

Frente a este tema, el periódico ha realizado reformas durante estos años y han disminuido el tono en sus titulares, buscando lograr una mayor aceptación por el lector ya que recibieron un encasillamiento como medio amarillista, debido a su forma de titular que llamó la atención y al recibir críticas, decidieron realizar otra estrategia para eliminar esta clase de controversia. Sin embargo, frente a esta problemática no se ven grandes avances respecto a las metas propuestas con la audiencia y el imaginario colectivo que se tiene sobre el medio, por ello se planteó el objetivo de analizar el discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, relacionadas con homicidios en la ciudad de Medellín, durante el primer cuatrimestre del 2020 y a partir de esta investigación obtener conclusiones referentes a este medio de comunicación.

Los medios de comunicación deberían ser una fuente de aprendizaje, con temas relevantes que transmitan y aporten a la cultura de una sociedad, para el periódico el Q'hubo, tal parece que las noticias judiciales son más importantes que las culturales o educativas, para ellos es fundamental informar cuántas muertes hay en Medellín, y es que no se puede ocultar la realidad violenta de una ciudad, sin embargo, desde la labor de un periódico si se puede divulgar información que aporte al desarrollo social, y tal vez disminuir desde el ámbito periodístico esta “existencia impetuosa” que nos han inculcado, en otras palabras, somos lo que leemos y una sociedad que solo consume noticias devastadoras, genera individuos vacíos, que no ven oportunidades ni la esperanza de un entorno mejor. Basándonos en lo anterior, se

puede decir que este medio de comunicación conocido como “[El periódico más leído de Colombia](#)” se ha olvidado de una de las funciones fundamentales, educar.

Ahora bien, ¿puede un medio de comunicación que tal vez no educa, formar opinión? o qué clase de juicio está generando en las personas que consumen sus noticias, como menciona Manuel Martín Serrano en su ensayo llamado “Las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas” los medios y la información que transmiten tienen fines diferentes a su motivación inicial, que es formar individuos críticos, develando las injusticias que se viven, porque no solo es importante que los medios divulguen información judicial, sino que cumplan su función de cuarto poder y vigilen con atención los temas educativos, culturales, políticos y sociales, que afectan de sobremanera una ciudad como Medellín, tal como lo define Mario Vargas Llosa (2006), “el periodismo es el mayor garante de la libertad, la mejor herramienta de la que una sociedad dispone para saber qué es lo que funciona mal, para promover la causa de la justicia y para mejorar la democracia” por tanto el periódico el Q’Hubo está formando una opinión basada solo en hechos judiciales, lo que opaca los demás temas antes mencionados y crea un imaginario social de Medellín, enfocado en hechos violentos, que no llegan a cubrir todo el panorama de la ciudad.

Por otro lado, el hecho de informar se basa en entregar hechos veraces y oportunos, y como se evidencia en la exploración realizada, este periódico ejecuta investigaciones pertinentes y objetivas respecto a los homicidios. Su parrilla de contenido se basa en los gustos que ha formado en su audiencia, sin embargo, se considera que su lenguaje debería tener más tacto y sus temáticas podrían variar; no solo proporcionar noticias judiciales, sino educativas, sociales, política o económicas para ser un medio diverso en información.

Por último, ¿puede una sociedad entretenerse en su mayoría con noticias judiciales? O a qué clase de públicos quiere llegar este periódico, el que al parecer se ha convertido en un contador de muertes e historias trágicas. La función de entretener en los medios de comunicación se idealizó como un escape para aquellas personas que quieren vivir un momento agradable, con noticias de entretenimiento e incluso deportivas, pero este periódico se ha enfocado en otros temas que aunque pueden generar asombro, no llegan a cumplir su papel de entretener.

## **6.2 MARCO TEÓRICO**

Analizar el discurso informativo de las primeras planas del periódico el Q'hubo, relacionadas con homicidios en la ciudad de Medellín, durante el primer cuatrimestre del 2020

### **6.2.1 Análisis del discurso**

Dentro del análisis del discurso, se investigó la información que el periódico el Q'hubo ofrece a sus audiencias dentro de las primeras planas de homicidios, esto significa que la base principal del trabajo fue el análisis del discurso informativo y para ello nos basamos en el autor de la teoría: *El análisis crítico del discurso*, Teun A. Van Dijk, quien expone que esta teoría estudia principalmente “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” (1999, p.23) esto quiere decir que combate la desigualdad social, y precisamente en esta investigación se quiere hacer un análisis profundo sobre la estructura, la superestructura, lo connotativo y denotativo de las primeras planas

específicamente de homicidios y con esto determinar qué tipo de discurso utiliza y brinda este medio a sus audiencias.

Por medio del análisis se puede llegar a conocer otros tipos de contextos lejanos al propio y así se puede llegar a entender cuáles son los factores que diferencian un contexto de otro.

Para Santander (2011) el análisis del discurso ha venido tomando fuerza y se ha formado como una perspectiva empleada en las ciencias humanas y sociales. Toma el conocimiento y dice que su significado no se encuentra en las ideas sino en los enunciados y mensajes que se pueden observar y se ve al lenguaje no como mero medio referencial, sino también realizador o generativo.

### **6.2.2 Periódico**

Según Alborno (2013) el periódico cuenta con diferentes elementos como lo son visuales, lingüísticos, editoriales, gráficos, etc. Cada uno de estos forma una estructura que se debe llevar según la empresa o estilo de edición que se maneje en el periódico y cada elemento relata y muestra algo con un objetivo y un estilo de narración.

#### **6.2.2.1 Portada**

La portada es la presentación de un producto. Refiriéndose al ámbito informativo y exclusivamente al periódico es la presentación y la primera página que actúa en forma de abrebocas y que cuenta con diferente información de una forma estructurada y pensada.

En esta se puede encontrar el logo del periódico, los titulares de noticias más destacados y una noticia que siempre se realza sobre las demás en su tamaño de imagen y título.

Para Albornoz (2013) se debe comprender que la portada de un periódico es solo el extracto de todas las secciones y noticias que contiene el periódico y funciona como resumen del cuerpo total del producto final.

### **6.2.3 Connotativo**

El elemento connotativo es la percepción y el trato subjetivo que se tiene al objetivo observable. En la imagen cuando se pasa por la apreciación del espectador, se crean reacciones, sentimientos, sensaciones y se relacionan con vivencias u objetos vistos con anterioridad para poder entender o sacar conclusiones de lo que se observa.

Para Jofré (2000), lo connotativo consiste en el valor simbólico que se le da a algo. Es la relación que se le da a un término dentro de los significados sociales que se construyen en comunidad. Funciona como un mecanismo que requiere de referencias y experiencias previas para poder darle sentido a la palabra.

### **6.2.4 Denotativo**

El elemento denotativo es la imagen en su forma bruta sin una intervención de análisis o significado común. Es el objeto en su esencia pura y lo que se puede observar objetivamente como forma o figura.

Según Jofré (2000) lo denotativo se debe situar en los mecanismo retóricos del lenguaje. Se trata de lo objetivo llevándolo a la monosemia donde se focaliza el significante por medio del referente al que debe estar sujeta.

### 6.3 METODOLOGÍA

La presente es una investigación vinculada con el paradigma cualitativo, el cual utiliza un método de análisis descriptivo e interpretativo. En la recolección de datos, el investigador hace parte del proceso y tiene relación con los sujetos u objetos de estudios, sin embargo, debe tener claridad con respecto a la objetividad. Este paradigma se enfoca en conocer e interpretar fenómenos de la realidad social y lo competente a su entorno. (Sampieri, 2006). El enfoque cualitativo manifiesta interpretaciones que aportan a la percepción de una sociedad.

Así mismo, todo paradigma tiene un enfoque específico, y el que guía esta investigación es el histórico hermenéutico, puesto que se quiere realizar un análisis del discurso para interpretar los mensajes y narrativas que poseen las primeras planas de homicidio del periódico el Q'hubo. Este enfoque permite interpretar y comprender los mensajes y significados que no se evidencian a simple vista del medio de comunicación que se quiere analizar.

El tipo de investigación al que se recurre es el exploratorio, porque se examinan las primeras planas de homicidios del periódico el Q'hubo, junto con todos los elementos que la definen, para comprender mejor los componentes que atraen a las audiencias, ya que es un fenómeno poco explorado en Medellín. Sin embargo, también se realizará una investigación descriptiva analítica, porque se planea definir la estética, técnica, lenguaje, narrativa y coherencia del mensaje que utiliza el medio de comunicación.

Para lograr todo lo antes mencionado, se realizaron tres técnicas de investigación: matriz de análisis, entrevista y encuesta. En la matriz se investigaron las portadas de homicidios del primer cuatrimestre del 2020, primero se observaron las imágenes, con un registro visual de los planos utilizados, la diagramación y descripción de sus fotografías e ilustraciones, en un

segundo momento se analizó el texto con su intención informativa, enfocándonos en el lenguaje, la temática y la estructuración noticiosa y por último se determinaron los colores más relevantes que utiliza el periódico el Q'Hubo en sus primeras planas.

Después de analizar las portadas y tener claro el discurso informativo que en ellas se presentan, se realizaron tres entrevistas que buscaban escuchar la opinión del periódico, en cuanto a la proyección del medio, el tratamiento informativo, los titulares, la jerarquización de la información, la imagen y el color. Primero se entrevistó a Krystell Rodríguez Castañeda, Ex periodista del Q'hubo, después a Mauricio Andrés Palacio Betancur, Periodista actual del medio y por último a Rodrigo Morales Zapata, Director de el Q'hubo, en los tres encuentros se obtuvo información sobre su discurso informativo, desarrollo y nuevo lenguaje que emplean en los titulares.

Por último, y para analizar los efectos sociales que han provocado con sus primeras planas, se llevó a cabo una encuesta, enfocada en la percepción que tienen los públicos sobre el periódico, a partir de las 55 respuestas obtenidas, se concluyó que los perciben como un medio de comunicación no apropiado para todos los públicos, con información regular y llamativa.

A partir de las tres técnicas empleadas en esta investigación, se logró cubrir los frentes más importantes para obtener información sólida y objetiva sobre el discurso informativo en las portadas de homicidios del periódico; primero desde nuestro análisis con la matriz, que permitió tener un panorama más amplio de las noticias distribuidas por el periódico desde lo connotativo y denotativo, segundo desde el criterio del medio el Q'hubo con las entrevistas,

para conocer sus características y manuales de estilo y tercero desde la percepción y opinión de un grupo de personas con la encuesta.

#### **6.4 CONCLUSIONES**

Como se ha venido hablando anteriormente, el periódico el Q' Hubo de Medellín es un medio masivo que ha realizado diversos intentos por seguir presente en el tiempo y adaptarse a los cambios que genera la tecnología y las nuevas audiencias que vienen con esta.

Teniendo en cuenta su papel como medio de comunicación logramos evidenciar que no han logrado cumplir totalmente su deber dentro de todos los aspectos que conlleva el ejercicio periodístico y que mencionamos anteriormente como lo son el informar, educar, formar opinión y entretener.

En cuestión de las funciones es importante precisar que se deben cumplir en conjunto para poder dar al consumidor un contenido de calidad, aprendizaje y que haga parte del contexto, aportando a las perspectivas, ideas y quehaceres habituales de las personas.

Con respecto a informar se ve claramente que el periódico siempre está en constante movimiento y actúa como lo hacen los otros medios, realizan una parrilla de contenido, secciones, titulaciones y todo lo que conlleva la labor periodística y se percibe en las mesas de redacción y revisión que permiten finalizar los productos que entregan diariamente.

El ejercicio de entretener se puede ver en menos medida, si tenemos en cuenta la índole del periódico y sus inicios. Si antes el Q'Hubo buscaba la controversia y llamar la atención por su estilo de titulación, ya esto no se ve como lo más característico, dentro del medio reconocieron que fue un error enfocarse en buscar atención, sin tener en cuenta lo que generan los comentarios que llegan por otro tipo de consumidores que no están de acuerdo

con sus técnicas. Con todo esto y los cambios generados para evitar una mala reputación, se ha disminuido el tono y no se ven con mucha frecuencia noticias que solo buscan escandalizar al lector más allá de leer el titular y conocer qué hechos pasaron en la ciudad.

Con respecto a la acción comunicativa del medio, logra cumplir el papel de informar, pero siguen en la búsqueda por una estructura que funcione y sea igual de llamativa para atraer a más públicos y crear interés. Dentro de estas estrategias se puede ver el intento por cambiar la temática principal por algo más social, pero los públicos siguen pensando que el medio no ha cambiado. Esto puede ser debido al crecimiento de las redes sociales y multiplataforma que hacen desplazar la información mucho más rápido, pero que al mismo tiempo, si tienen un pensamiento interiorizado del medio, sólo podrán resaltar su opinión y no permitir que haya un gran cambio. Tal como lo afirma Negrete “La comunicación es un bien intangible, presente en toda la sociedad e individuos para un mejor y más ágil funcionamiento jurídico y legal. Pero actualmente se vive en una sociedad que ha mediatizado, comercializado e ideologizado la información.” (2013, pg. 61) . A partir de lo anterior, podemos entender que el papel del lector se ha recreado y la retroalimentación y aceptación, es fundamental para que un medio siga teniendo vigencia, ya que con una mala imagen y sin buenas estrategias, se puede quedar obsoleto su plan de acción al demeritarse y compararse con versiones anteriores del medio.

Se debe tener en consideración el papel de educar del medio y en cómo forma opinión. Según sus temáticas y maneras de abordar la información se puede ver que buscan aumentar esta compatibilidad, pero al ser un medio tan encasillado en la información de índole judicial, todavía les hace falta seguir con diferentes procesos que hagan sentir más relevante el tipo de

información que se comparte y que conecte con las necesidades de los lectores, quienes no quieren consumir una información parcial, y en una ciudad como Medellín se pueden abordar muchos temas que aporten a la sociedad a nivel cultural, científico, deportivo y no solo de manera formal y consciente acerca de los hechos violentos, inseguridad, escándalos o asesinatos.

El periódico el Q' Hubo Medellín ha tenido que pasar por diversos cambios, como todos los medios de comunicación masiva que han visto un cambio abrupto y han vivido las complicaciones que genera mantenerse en óptimas condiciones. Dentro de la labor periodística, no se puede quitar el componente humano y cada empresa debe velar por mantenerse cuando se ven pérdidas. Tal como lo menciona Negrete, “Los medios de comunicación están sesgando de manera significativa los contenidos informativos, hacia la generación de ganancias y no tienen problema para subyugar la diversidad de fuentes, soporte del tratamiento y manejo profesional.” (2013, pg. 62). Parte de las estrategias de un periódico pueden ser enfocarse en la información que genere más interés y no en la necesaria para crear un tejido social sólido y buscar otros medios como las suscripciones que les ayudan a seguir costearo todas las labores que se realizan dentro del medio. Parte de esto, dificulta la completa autonomía para poder realizar todas las actividades o acciones que crean necesarias ya que se rigen por el dinero y estrategias de mercadeo.

## BIBLIOGRAFÍA

Negrete, W. L. V. (2013). Derecho a la Comunicación ya Comunicar Informar, educar y entretener de manera sana. *Revista Ciencia UNEMI*, 6(10), 59-68.

Martín Serrano, M. (1984). Las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas, *DOCUMENTS INVESTIGACIONES*, Analisi, Núm. 9, 199-208.

Santillán, R. (2008). “El Lenguaje en el Periodismo de Opinión”. *Capit. Función del Lenguaje en el Proceso Interaccional*.

Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E Investigación Social*, 1(1), 18-24

Van Dijk, T (1996). Análisis del discurso ideológico. México pp 15-43.

Varga Losa, M. (2006). Artículo periódico. *El País*.

## CIBERGRAFÍA

Albornoz Barrezueta, O. V. (2013). Análisis de discurso visual y de contenidos en la sección portada del diario súper en la edición para Quito en los números publicados del 15 de mayo al 15 de junio del 2011 (Bachelor's thesis). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5898>

Jofré, M. (2000). Semiótica Crítica de la Denotación y Connotación.. *Cyber Humanitatis*, . Consultado de <https://revistaestudiosarabes.uchile.cl/index.php/RCH/article/view/9107/9096>

Santander, Pedro. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de moebio*, (41), 207-224. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2011000200006>

Hernández Sampieri, H. (2006). Metodología de la investigación. Recuperado de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/hernandez\\_s\\_j/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/hernandez_s_j/capitulo3.pdf)

## 7. INFOGRAFÍA

Conoce y descarga nuestra infografía en [PDF](#) o en [PNG](#).

## 8. REFERENCIAS

### 8.1 BIBLIOGRAFÍA

Aya Aldana, C. A. (2017). Estrategias De Persuasión En El Discurso Publicitario Dirigido A Los Jóvenes En Colombia: Una Mirada Desde El Análisis Crítico Del Discurso. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá Colombia.

Albán Ramírez, M. P; Medina Perdomo P. (2009). El ojo amarillo: la prensa sensacionalista en Bogotá desde la mirada del lector, un análisis de recepción, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá Colombia.

Bolívar, A. (2007). Análisis del discurso ¿Por qué y para qué?. Ed. CEC, S.A. Venezuela. Colección Minerva.

Brunetti, P. (2011). Crónica roja y sensacionalismo: maneras de hacer, maneras de ver. Universidad nacional de Córdoba, Argentina

Dancourt Delion, M. (2018). Las portadas del diario Líbero según el análisis del discurso. Escuela profesional de ciencias de la comunicación, Lima, Perú.

Díaz-Noci, Javier. “Medios de comunicación en internet: algunas tendencias”. El profesional de la información, 2010, noviembre-diciembre, v. 19, n. 6, pp. 561-567.

Gómez Zúñiga, J. (2018). Prácticas narrativas sobre la violencia: análisis del discurso sobre tres secuestros masivos en Santiago de Cali entre 1999 y 2002. Pontificia Universidad Javeriana, Cali, Colombia.

Méndez, Sandoval, C. A, Zapata, Otálvaro, H, Alonso, Vanegas, E (2012). Discurso, poder y subjetividad Una reflexión filosófica en torno a la racionalidad política moderna. Universidad de San Buenaventura Cali. Colombia.

Mccombs M.; Evatt D. (1995). “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting”. Comunicación y sociedad. Vol VIII, Nº1, p. 7-32.

Pessi, M. S. (2009). Relaciones ícono-verbales entre publicidades y portadas de la revista Caras y Caretas. Universidad Nacional del Sur, Argentina.

Roa, Á. S. (2010). Representaciones sociales de la violencia en los titulares de portadas del periódico Q'hubo de Cartagena. Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia.

Rodríguez Maldonado, T (2006). Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas Semana y Cambio, 1998-2004. Signo y Pensamiento, vol. XXV, núm. 49, julio-diciembre, 2006, pp. 144-159 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia.

Rodrigo, M. (1995). Los modelos de la comunicación. *Madrid: Tecnos*.

Suárez Quiroga, M. (2010). Prensa local y poder político en Colombia durante el primer gobierno del frente nacional. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.

Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E Investigación Social*, 1(1), 18-24

Van Dijk, T (1996). Análisis del discurso ideológico. México pp 15-43.

Yépez, G., & Solange, E. (2018). Características de las portadas periodísticas del diario " La República" en la construcción de la realidad-Elecciones presidenciales II vuelta electoral-2016. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú

## 8.2 CIBERGRAFÍA

Albornoz Barrezueta, O. V. (2013). Análisis de discurso visual y de contenidos en la sección portada del diario súper en la edición para Quito en los números publicados del 15 de mayo al 15 de junio del 2011 (Bachelor's thesis). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.  
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5898>

Arias Valencia, Maria Mercedes (2000). La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. *Investigación y Educación en Enfermería*, XVIII(1),13-26.[fecha de Consulta 24 de Mayo de 2021]. ISSN: 0120-5307. Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105218294001>

Benavides, Mayumi Okuda y Gómez-Restrepo, Carlos. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría* , 34 (1), 118-124. Obtenido el 23 de mayo de 2021 de  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-74502005000100008&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008&lng=en&tlng=es)

Hernández Sampieri, H. (2006). Enfoque cualitativo y cuantitativo, según Hernández Sampieri. Recuperado de:  
<https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/>

Hernández Sampieri, H. (2006). Metodología de la investigación. Recuperado de:  
[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/hernandez\\_s\\_j/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/hernandez_s_j/capitulo3.pdf)

Jansen, H. (2012). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Paradigmas*, 4, 39-72.) Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4531575.pdf>

Jofré, M. (2000). Semiótica Crítica de la Denotación y Connotación.. *Cyber Humanitatis*, . Consultado de <https://revistaestudiosarabes.uchile.cl/index.php/RCH/article/view/9107/9096>

Karam, T. (2011). Introducción a la semiótica de la imagen, ISSN 2014-0576 Disponible en:  
[https://incom.uab.cat/portacom/wp-content/uploads/2020/01/23\\_esp.pdf](https://incom.uab.cat/portacom/wp-content/uploads/2020/01/23_esp.pdf)

Robles, Bernardo. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. *Cuicuilco*, 18(52), 39-49. Recuperado en 21 de marzo de 2021, de  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16592011000300004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004&lng=es&tlng=es).

Santander, Pedro. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de moebio*, (41), 207-224. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2011000200006>

Schettini, P. Cortazzo, I. (2016). Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa. Recuperado de:  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento\\_completo\\_.\\_-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento_completo_._-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1)