

**EL DISCURSO PERIODÍSTICO EN EL ESPACIO DE OPINIÓN LA PULLA, EMITIDO
A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE YOUTUBE**

DANIELA ARGÁEZ VELÁSQUEZ

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO**

COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDELLÍN-ANTIOQUIA

2022

**EL DISCURSO PERIODÍSTICO EN EL ESPACIO DE OPINIÓN LA PULLA, EMITIDO
A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE YOUTUBE**

DANIELA ARGÁEZ VELÁSQUEZ

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ASESOR

PABLO ANDRÉS HUERTAS

MAGÍSTER EN EDUCACIÓN

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO**

COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDELLÍN-ANTIOQUIA

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

FIRMA DEL PRESIDENTE DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

MEDELLÍN, 25 de mayo de 2022

DEDICATORIA

Tributo el trabajo a mi perseverancia, esfuerzo y dedicación. Dedicado de igual manera a las personas que estuvieron constantemente brindándome apoyo en el proceso. Quiero resaltar especialmente a mis amigas Paula Andrea Silva y Michel Serna quiénes en medio de todas mis crisis, su amistad y acompañamiento me alentó.

Agradezco a mis padres y hermana por el acompañamiento y paciencia.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al docente que me orientó en la elaboración de este trabajo que me enriqueció no solo personal sino también profesionalmente, en los cursos mencionados a continuación:

- Semiótica de la Educomunicación
- Etnografía de la Comunicación-Educación
- Comunicación, Educación y Ciudad

TABLA DE CONTENIDO

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1.	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD.....	1
1.2	FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	2
1.3	OBJETIVOS	3
1.3.1	General	3
1.3.2	Específicos	3
2.	MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL	4
2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	4
2.2	DISCURSO.....	5
2.2.1	Análisis del discurso.....	7
2.2.2	Discurso Político	8
2.2.3	Discurso Periodístico.....	9
2.2.4	Periodismo.....	10
2.2.5	Periodismo digital una nueva tendencia.....	11
2.3	ELEMENTOS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO	13
2.3.1	Esquema Comunicativo.....	13
2.3.2	El Emisor.....	13
2.3.3	El Receptor	14
2.3.4	El Mensaje.....	14
2.3.5	El Canal	15
2.3.5.1	YouTube.....	15
2.3.5.2	YouTube ¿red social o medio de comunicación?.....	16
2.4	PROCEDIMIENTO ANALÍTICO DEL DISCURSO PERIODÍSTICO ..	16
2.4.1	Elementos para Producir un Discurso	17
2.4.2	Nivel Icónico (Visual).....	17
2.4.3	Nivel Discursivo.....	17
2.4.3.1	Plano Micro Lingüístico.....	17

	2.4.3.2	Plano Macro Discursivo	17
2.5		RASGOS LINGÜÍSTICOS	18
2.6		PRAGMÁTICA- SEMÁNTICA.....	18
2.7		SEMIÓTICA.....	19
2.8		ELEMENTOS DEL LENGUAJE.....	20
	2.8.1	Arbitrariedad	20
	2.8.2	Lenguaje Denotativo y Connotativo	21
	2.8.3	Signos Lingüísticos Simbólicos	21
	2.8.4	Signos No Verbales.....	22
2.9		FONÉTICA.....	22
2.10		ACTOS DEL HABLA – PERCEPCIÓN	24
	2.10.1	Impacto de las redes sociales en el lenguaje	24
	2.10.2	Intención Comunicativa – Percepción Factor Psicológico.....	25
2.11		SEMIÓTICA VISUAL	25
2.12		TIPO DE CONTENIDO ANÁLISIS VISUAL.....	27
	2.12.1	Descriptivo - Argumentativo.....	27
2.13		ANÁLISIS DE LA IMAGEN	27
	2.13.1	Imagen Abstracta y Figurativa	27
	2.13.2	Signo Icónico.....	28
2.14		PERCEPCIÓN VISUAL.....	28
	2.14.1	Pertinencia.....	28
	2.14.2	Objetividad.....	29
	2.14.3	Transparencia	29
2.15		RETÓRICA DE LA IMAGEN	30
	2.15.1	¿Qué Connota y qué Denota?.....	30
2.16		ELEMENTOS PARALINGÜÍSTICOS EN LA COMUNICACIÓN NO VERBAL	30
2.17		PARALINGÜÍSTICA.....	31
	2.17.1	Timbre	31
	2.17.2	Tono	31
	2.17.3	Volumen.....	32

2.18	PATRONES KINÉSICOS	32
2.18.1	Gestos	32
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.1	PARADIGMA CUALITATIVO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
3.2	DELIMITACIÓN	33
3.2.1	Sujeto u Objeto de Investigación	33
3.2.2	Tiempo y Escenario.....	34
3.3	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.4	TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	35
3.5	OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE	36
3.5.1	Análisis de Contenido	37
3.5.2	Entrevistas	38
3.5.2.1	¿Qué es?	38
3.5.2.2	La entrevista de preguntas abiertas	39
3.6	TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	39
3.7	MUESTREO INTENCIONADO.....	40
3.8	PLAN DE TRABAJO	40
3.9	PRESUPUESTO DE INVESTIGACIÓN.....	42
4.	SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	43
4.1	TABULACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS ..	43
4.2	ANÁLISIS CATEGORIAL.....	51
4.2.1	El discurso periodístico emitido en el espacio de opinión La Pulla en YouTube y sus características	51
4.2.1.1	Elementos del discurso periodístico.....	51
4.2.1.2	Pragmática- Semántica.....	52
4.2.1.3	Semiótica Visual	53
4.2.1.4	Elementos paralingüísticos de la comunicación no verbal	54

4.2.2	El espacio de opinión de La Pulla desde la perspectiva teórica del discurso periodístico y los elementos del lenguaje	55
4.2.3	Consideraciones acerca del contexto lingüístico, narrativo y político del espacio de opinión La Pulla	57
5.	CONCLUSIONES	62
	REFERENCIAS.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	13
Tabla 2	41
Tabla 3	41
Tabla 4	42

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación: El discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube.

Línea de Investigación: Comunicación y Cibercultura

Sublínea: Comunicación Digital

Facultad: Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Programa Académico: programa de comunicación social

Palabras clave: Discurso, Discurso periodístico- Intención comunicativa- YouTube, Columna de opinión

Resumen de la propuesta investigativa:

En las redes se enmarca una evolución tecnológica lo que ha provocado la necesidad de conexión e interconexión, convirtiéndose así en una nueva forma de expresión y relacionamiento con el otro, así mismo, enaltece la alta interacción, participación y consumo de contenidos.

Es por esto, que esta investigación se centra en indagar el discurso periodístico desarrollado en el espacio de opinión La Pulla, emitido a través de la plataforma de YouTube, en varios ejes temáticos de la información, comunicación, y las plataformas digitales.

Para lograr entender más el paradigma, el proceso para éste análisis se hará a partir de las fichas de análisis de contenido en un tiempo trimestral para un total de 14 vídeos analizados pertenecientes al canal de videocolumna de opinión La Pulla.

Así mismo, se pretende explicar los resultados a partir del paradigma cualitativo, teniendo en cuenta el análisis interpretativo para llegar a la identificación de los elementos periodísticos y su aplicación.

Por consiguiente a esto, se realizará revisión de la literatura, ya que, esto es primordialmente importante para ampliar los puntos de investigación los cuales son: Discurso, Discurso periodístico- Intención comunicativa- YouTube –Columna de opinión.

Cada uno sujeto a una exposición detallada, cumpliendo así los objetivos propuestos y así finalmente analizar el tratamiento de la información por medio del discurso periodístico, esperando tener una idea más clara y aplicable a la nueva realidad de modalidad digital en la social media.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

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

Este trabajo investigativo busca identificar, analizar y determinar el discurso periodístico del espacio de opinión La Pulla, emitido por medio de la plataforma YouTube, con el fin de evidenciar su constante desarrollo de información clara y veraz en temas de importancia actual en la plataforma.

Para esto desde la línea de investigación Comunicación y Cibercultura, se hará el proceso de análisis, debido a que, ésta línea respecto a la Cibercultura va encaminada a la expresión práctica y efectiva, Respecto a esto (Rojas Mesa & Salazar Manrique, 2012, pág. 175) expresa de manera expedita que el nacimiento de un nuevo tipo de especie que esté en alto grado de conexión a la tecnología, va encaminado especialmente a la contemporánea.

En ese sentido, es de anotar que es posible percibir otras realidades diferentes a través de la Cibercultura. Con esto se facilita la adopción de nuevas nociones, específicamente los relacionados con elementos como el mundo digital, la información y las relaciones que se tejen con base en esta (Quiñones Bonilla, 2005).

Simultáneamente la Comunicación tendrá su participación en un entorno digital. Esto si se tienen en cuenta las TIC y sus implicaciones respecto a la conformación de nuevos lenguajes relacionados con el mundo digital y las nuevas tecnologías. Estas, a su vez, permean la forma en la que la sociedad y las personas se comunican y la manera en la que intercambian información. Dicho lo anterior, es de vital importancia profundizar en cómo es utilizado este canal de información. Junto con la sublínea de investigación Comunicación Digital el cual nos permitirá

saber cómo se da el uso de la comunicación digital, desde los conocimientos básicos y adecuados del periodismo y la pertinencia de los contenidos.

A su vez, es importante recalcar que esta investigación permite que como estudiante se puedan aportar todos los saberes adquiridos en la carrera con base a temas comunicacionales, de pensamiento crítico y objetivo.

Entender cuál es el valor que tiene los medios digitales sobre el uso correcto de las herramientas comunicativas y uso de redes informáticas para la comunicación, es necesario para esta propuesta de investigación. Por lo cual, ahondar en este análisis permitirá obtener respuestas concretas para llegar a la identificación de los interrogantes que surgen alrededor del tema.

La finalidad de este proyecto es determinar si el contenido cumple con los parámetros establecidos en el discurso periodístico.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Después de observar detenidamente en la red de medios periodísticos y de opinión nacionales y locales, se ha evidenciado muy poca información acerca de cómo es la estructura del discurso periodístico en torno a un enfoque digital, asumiendo que sucede así porque han sido los medios tradicionalistas los más utilizados y consumidos por décadas. Al respecto, Sánchez (2020, pág. 13) comentó que la sociedad puede tener una mayor accesibilidad a la información y al conocimiento del aprendizaje. Asimismo él afirma, que estos procesos proporcionan y transmiten la información de una manera en la que empresas de múltiples sectores deseen incorporarse a este mundo para estar enterados de los nuevos gustos de sus audiencias y, además, para medir los niveles del consumo de información de estas. Lo anterior para generar contenidos con *engagement* que al mismo tiempo posean alto valor.

Como ya antes mencionado, en su mayoría los hechos noticiosos nacionales y locales están enfocados más al desarrollo con un enfoque tradicionalista junto con un patrón de costumbres y culturas arraigadas a las personas, esto quiere decir que el medio noticioso no está rompiendo esquemas al momento de informar digitalmente, aunque que poco a poco se vea de forma indirecta influenciado por un entorno digital, como también a la evolución hacía las nuevas tecnologías.

Por lo que, para indagar a partir desde la línea Comunicación y Cibercultura y la sublínea Comunicación Digital y analizar el planteamiento del discurso periodístico a través de un enfoque digital en el espacio de opinión La Pulla surgió la siguiente pregunta:

¿De qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido por medio de la plataforma digital de YouTube?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Indagar de qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube.

1.3.2 Específicos

- Identificar el discurso periodístico que se da en el espacio de opinión La Pulla
- Analizar el discurso periodístico que se da en La Pulla.
- Determinar si el contenido cumple con los parámetros que se establecen en el discurso periodístico.

2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

En los últimos tiempos la tecnología y la comunicación ha sido parte esencial de la interacción de las personas, asimismo, mediante la evolución de las nuevas eras digitales, esta relación permitió que el acceso y el feedback de la información fuera aún más efectiva, buscando así, una retroalimentación clara y accesible desde cualquier momento o lugar.

Dicho esto, en el siguiente segmento se verá evidenciado y será traído a colisión el acercamiento con los antecedentes investigados.

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El primer estudio de caso corresponde a Cifuentes Bulla & Herrera Sánchez (2018), quienes realizaron una investigación sobre el videoblog de la Pulla como una forma digital de hacer periodismo de opinión. La metodología fue de carácter no experimental, pues, no se dio ninguna manipulación que alterara las variables.

Su desarrollo fue longitudinal, con el fin de evidenciar los cambios de los videos en ese lapso de tiempo. Por otro lado, su enfoque a nivel de fuentes fue abordado por medio de un modelo multimodal, es decir, implementaron dos métodos de investigación: el análisis de contenido y la entrevista profunda.

La primera técnica empleada fue el análisis de contenido de carácter cuantitativo, debido a que, les permitió codificar la información y tener un resultado cuantificable. Las variables utilizadas fueron: los videos publicados por mes. La segunda técnica empleada fue de carácter cualitativo, indagando a profundidad los hechos que rodearon el caso de estudio, la cual les permitió obtener la información de una manera más detallada y a profundidad.

Esta investigación tuvo por objetivo reconocer la forma en la que se dio manejo al contenido periodístico de la videocolumna de opinión La pulla. En ese sentido, el estudio resalta nuevas formas de generar información y hacer periodismo que no pueden considerarse como periodismo tradicional.

El segundo estudio de caso fue realizado por Montenegro Bernal & Muñoz Barboza (2017) y es titulado *Análisis del discurso del canal de Youtube “La Pulla”*.

En el problema de investigación buscan analizar sí los argumentos que el canal de opinión plantea en los discursos de sus videos son realmente sólidos y bien fundamentados.

Para responder a este interrogante ellos hicieron uso de la metodología de tipo descriptiva con un enfoque cualitativo e implementaron como instrumento diversas matrices de análisis y el método discursivo de los principios de enrarecimiento propuesto por *Michael Foucault*, en el “orden del discurso” donde se establece e identifica el origen y la verdad que hay detrás de cada discurso. De manera similar, el desarrollo de mi investigación se relaciona con los antecedentes anteriores expuesto, por lo que, ambos se centran en indagar y aplicar un rastreo práctico, que permita tener como resultado saber cómo es el enfoque periodístico y su forma.

2.2 DISCURSO

Para Manzano (2005, pág. 1) pese a que esta noción encuentra sus orígenes en la lingüística, lo cierto es que sus alcances van más allá de esta rama del conocimiento. Así, el discurso puede tener significados diversos dependiendo del campo del saber desde donde se le estudie, pudiendo también estar vinculado a otros conceptos como el de consejo, negociación o argumentación.

Al mismo tiempo, para él este es una poderosa herramienta por cuanto tiene la capacidad de proponer ciertos órdenes de la realidad según la forma en la que se enuncie, con lo cual también es capaz de proponer comportamientos sobre diversos asuntos de distintas dimensiones. De igual forma, anotó que hoy en día no existe un paradigma dominante para el análisis del discurso por cuanto este todavía no ha entrado en su etapa de madurez teórica, es decir, no hay un modelo pleno y unívoco por medio del cual se pueda analizar el discurso definitivamente.

Por otra parte, este concepto es considerado por Ricoeur (2013) como una dialéctica en sentido fenomenológico y ontológico en la que se contraponen el referente y las preposiciones así como el acontecimiento y el sentido. A su vez, en dicha dialéctica el referente es aquel que permite fijar un horizonte común en el lenguaje de quienes reciben y dan el discurso, es decir, es la base ontológica de este.

Entretanto, para Foucault (2013) la materialidad del discurso parte de una historicidad que la dota de sentido. Según esto, ya no es el sujeto quien constituye la realidad de la que se habla en el discurso, sino que es el *a priori* histórico.

Ahora bien, Calsamiglia y Tusón (2012) señalaron que el discurso puede usarse para otros fines no necesariamente ligados a transformar o constituir la realidad. Por el contrario, el discurso bien puede fungir como un poderoso instrumento para la crítica que está al servicio de quienes no tienen acceso a la información o no pueden ser escuchados. En ese sentido, el discurso no es solamente dominante, sino también un medio para hacerse escuchar.

Dicho de otra manera, existe otra mirada en el cuál se puede analizar el discurso, a saber, lo social. Es considerado entonces como un poderoso fenómeno cultural y práctico en el cual la interacción de la comunidad está permeada por un claro contexto eminentemente social. Para

Mengo (2004, pág. 2) la interacción verbal modifica la cognición que hace parte y que debe utilizarse en un discurso, tanto para el receptor como para quien lo enuncia.

En síntesis, el concepto de discurso puede entenderse como el lenguaje empleado en múltiples actividades que implican comunicación y que es objeto de análisis tanto a nivel abstracto como social, cultural y lingüístico.

2.2.1 Análisis del discurso

Según Bahraoui (2014) El análisis hace referencia a una disciplina que tiene el discurso como objeto de estudio. Es decir, el estudio del uso que los hablantes hacen de la lengua en determinadas situaciones, bien sea orales o escritas.

A su vez expone El AD (análisis del discurso) se define por su multidisciplinariedad, ya que su constitución resulta de la compilación de diversas disciplinas, que tiene como objeto el estudio del uso del lenguaje en su contexto (Bahraoui, 2014, pág. 60).

Similarmente, Manzano (2005, pág. 3) también señaló que se trata de un campo de estudio intrincado y de gran complejidad precisamente porque no existe un modelo unívoco que brinde todas las herramientas para un análisis definitivo. Aunado a esto, y como se expresó anteriormente, “El discurso no pertenece exclusivamente a la lingüística, sino que también hace parte de campos como el periodismo, la comunicación social e incluso la historia, la sociología y otras ciencias humanas”.

Asimismo, él reconoce que este análisis consiste en identificarlo primero, por lo que, es importante analizar varias unidades concretas, es decir, descubrir su funcionamiento para que en un sentido amplio tome forma y se muestre con mayor claridad.

Por otra parte, la persuasión como elemento ligado al análisis del discurso también es fundamental por cuanto según el nivel de persuasión que se desee el discurso moldea sus contenidos y el cuerpo expresivo. Con esto, además, se modifican los elementos cognitivos y afectivos que propicien el campo comportamental o conductual esperado.

2.2.2 Discurso Político

Los discursos políticos se refieren a todos los elementos de naturaleza escrita, verbal o no verbal en los que se emplean símbolos y por medio de los cuales cualquier entidad, principalmente política, busca persuadir o moldear una estructura cognitiva.

En otras palabras, Álvarez (2020, pág. 55) lo que se intenta mediante un discurso es alcanzar posiciones de poder, en el aparato estatal y social para tomar parte en la construcción y reconstrucción de prácticas políticas, sociales; en la organización de las relaciones entre individuos, en el cambio de hábitos económicos y actividades culturales.

Es de anotar, por lo demás, que el análisis de los discursos políticos se ha abordado a partir de discursos de carácter ideológico. Con este se conforma una visión del mundo y se busca principalmente que los ciudadanos se adhieran a una consigna básica de partido (Pujante & Morales López, 2013).

Al mismo tiempo, para García y Mora (1996) el discurso político propone lecturas que tematizan la opinión pública y por otra parte movilizan categorías culturales profundas que subyacen en su macroestructura semántica y que contiene los elementos constantes y diferenciadores de las posiciones en conflicto.

Por su parte Prada y Romero (2019) se refieren al discurso político enfatizan en el populismo, lo anterior indica que el discurso político está estrechamente vinculado con la

ideología que este enuncia o promueve, siendo la ideología un sistema de creencias en el que se afirman intereses particulares y que puede relacionarse con lo religioso, lo económico o con lo político propiamente. (pág. 2).

Por último, Soler (2011) señaló que lo político es entendido como un conjunto de prácticas o instituciones estatales que, junto con la ciudadanía, buscan encontrar un punto en común a todas las luchas y movimientos sociales que se dan en el marco de una sociedad y que a su vez incluyen intereses económicos o de libertades.

2.2.3 Discurso Periodístico

La profesión periodística ha avanzado y se ha moldeado a partir de interrogantes que buscan explicar las razones y el sentido del discurso periodístico. Es decir, el periodismo se ha preguntado por la producción, el desarrollo y los elementos que hacen posible al discurso. Esto, a su vez, propició que los cursos sobre redacción o las técnicas sobre construcción periodística se basaran en las cinco W en inglés (qué, quién, cómo, cuándo y dónde) (Trillo-Domínguez & Alberich-Pascual, 2017).

Todo esto diverge debido al gran crecimiento del periodismo digital que ahora se adopta en la nueva era globalizada, lo cual implica que en el mensaje escrito se hagan cambios y se reestructure, para adaptarse al contexto actual donde las plataformas digitales toman el control del periodismo moderno, por lo cual, se debe cambiar el paradigma del discurso periodístico y encaminarlo a las nuevas tendencias.

De esto surgen muchos problemas, críticas y ensañamientos arcaicos que las viejas costumbres no quieren pasar por alto, el viejo sistema escrito, el discurso romantizado y el lenguaje subjetivo ha sido cambiado por el nuevo discurso más agresivo, más polémico y que su

difusión es más sencilla que antes, esto ha llevado a muchos problemas internos los que, han dividido los diferentes gremios del periodismo, así que, los que se adapten serán capaces de lograr el triunfo periodístico que tanto se anhela en el gremio (Barrios Rubio, 2014).

2.2.4 Periodismo

El periodismo ha sido una de las maneras más eficaces de adquirir y suministrar la información a través del tiempo. Con el fin de esclarecer hechos históricos o de noticiabilidad que marcan tendencia o impacto en la sociedad, que a su vez, busca transmitir la información de interés en medios periodísticos como la televisión o la prensa.

Martínez (2012) planteó que el periodismo debe ser claro, preciso y asequible a la mayoría de los consumidores de información. En ese sentido, es necesario poseer un lenguaje diáfano y comprensible sin utilizar expresiones densas que obstaculicen la comprensión de lo que cualquier lector puede asimilar. A diferencia del lenguaje académico generalmente rimbombante y denso, el lenguaje periodístico debe ser ameno y claro con el fin de facilitar la ampliación de un público consumidor de información.

Ahora bien, es de anotar que el instrumento de comunicación del periodismo es el lenguaje, tanto el escrito como el hablado. Esto implica que dicho instrumento sea práctico que busque siempre cumplir con el propósito de comunicar, pues el discurso periodístico se considera como un elemento que media entre un individuo o una comunidad y la realidad que percibe. Por tal motivo, dicha mediación debe ser eficiente y precisa.

Así, esta profesión se caracteriza por proporcionar o enunciar todo tipo de hechos de actualidad que son de interés general para la comunidad y que, además, poseen cierta carga política o ideológica. El periodismo, que puede ser expresado en diferentes géneros, se

caracteriza por proporcionar información con base en descripciones e interpretaciones de diversos sucesos.

En síntesis, el periodismo busca esclarecer situaciones poco entendibles por medio de la investigación y fuentes de información veraz.

2.2.5 Periodismo digital una nueva tendencia

El periodismo que enmarca a la social media es la nueva reforma del periodismo tradicional antes visto, el cual permite simplificar la información y volverla accesible a las personas desde cualquier lugar en el que se encuentren, por ende, es necesario tener en cuenta que aunque sea un medio digital, la manera en cómo está compuesta y su esencia narrativa no cambia. En pocas palabras, no radican en ninguna diferencia.

Para Sánchez (2007), se debe reconocer que esta nueva tendencia ha hecho pensar al periodismo tradicional en nuevas formas de dar a conocer la información y los sucesos, pues el periodista no se puede quedar en el mero registro de un hecho, sino que debe ir más allá. Así, es necesario que avance en la búsqueda de la verdad empleando otras alternativas de difusión acorde con los nuevos públicos y las nuevas realidades, En este caso, es de anotar que las nuevas tecnologías y el mundo digital son una realidad más que palpable y que han llegado para quedarse.

En efecto, el periodista está en la obligación de ser objetivo y pertinente sin importar qué tipo de periodismo sea, lo importante es ser claro, verídico y conciso. Para Olivia (2014), es necesario que este profesional brinde de ser necesario el acceso a las fuentes, además de que debe hacer públicos los contenidos en la medida en que sea posible. Con esto se busca que el

consumidor de información posea herramientas más valiosas que le permitan hacer un trabajo crítico de la información que recibe y que pueda ampliar dicha información si así lo requiere.

Respecto a la tendencia creciente del periodismo digital, una investigación llevada a cabo por Hamada (2013), contextualiza y presenta estudios de índole científica sobre este concepto. El objetivo de este trabajo investigativo consistió en descubrir las experiencias digitales de periódicos reconocidos. Además el autor, también busca analizar algunas de las nuevas características del periodista que se desenvuelve en entornos digitales y, asimismo, indagar por la participación de nuevos actores en este campo. De esta manera, conviene reseñar los trabajos de varios autores al respecto. (págs. 1-20).

Díaz y Meso (1999), por ejemplo, propusieron cinco razones que explican la visión del periodismo multimedia. Por un lado, se encuentra la incapacidad de los medios tradicionales para ampliar y fidelizar audiencias diferentes. Otra razón obedece al aumento de la investigación y al hecho de que la sociedad de la información permite que las personas del común accedan por su propia cuenta a diferentes portales noticiosos. Entretanto, ellos también indicaron que otro de los motivos se relaciona con la diversificación empresarial del sector de los medios. Aunado a esto, el mundo está en la actualidad en una crisis climática que obliga a tener mayor control de los recursos, por lo que la escasez del papel también hace parte de las causas por las cuales el periodismo multimedia ha entrado en franco auge durante los últimos años.

2.3 ELEMENTOS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO

2.3.1 Esquema Comunicativo

Para la Lingüística Funcional, Jakobson (1985), mencionó que el lenguaje es un sistema funcional humano, que se orienta a la materialización de las intenciones que tiene un individuo de expresarse para comunicarse. Este autor presenta un esquema comunicativo (ver Tabla 1):

Tabla 1

Esquema comunicativo

Emisor	El emisor informa y convence, y es el propietario del mensaje, ya sea porque es el soporte económico, distribuye la información o porque la redacta.
Intención comunicativa	Se basa en la transmisión, interpretación crítica y entretenimiento a través de la información.
Mensaje	Es unidireccional porque no se espera respuesta del receptor

2.3.2 El Emisor

Es quien transmite la información, la fuente que intenta persuadir, cumple el papel de iniciación en el proceso y de antemano debe tener inmersas las conductas, habilidades y actitudes consignadas anteriormente en este escrito, para poder generar un grado de credibilidad que según los autores McGuire (1985) y Peña (2000), hay dos características que se tienen muy en cuenta a la hora de ser o no persuadidos: su atractivo y su credibilidad. Este es uno de los motivos claves e influyentes de la fuente a la hora de persuadir.

2.3.3 El Receptor

Peña (2000) resalta que la inteligencia, la autoestima y el nivel de implicación con el tema, afectan o benefician a la hora de influenciar, teniendo en cuenta las capacidades de conocimiento e inteligencia, pues en algunos casos se podrá poner en duda lo que observa, y percibe por medio de la vista o lo que logra escuchar. “el receptor es el elemento a quien se pretende impactar, quien debe tomar las actitudes, comportamientos y pensamientos como propias”.

El receptor debe reflexionar la información que recibe, para que la memorice como verdadera, en este sentido la autoestima genera una probabilidad mayor o menor validando los argumentos con facilidad.

2.3.4 El Mensaje

Se podría considerar como lo más fundamental en el proceso de persuasión, del mismo depende la forma, estructura y creatividad con la información que se quiere transmitir (Peña Herborn, 2000).

En ese sentido, es fundamental que el mensaje sea recibido e interpretado a cabalidad por el receptor. De esta manera, al emitirse un mensaje intrincado es muy probable que no pueda ser decodificado por la mayoría de los receptores, de manera que el éxito del mensaje sea escaso. Se entiende entonces que entre más simple sea el mensaje mayor éxito logrará al poder ser decodificado por la mayoría de los receptores a los que se dirige el mensaje (Peña Herborn, 2000).

Entretanto, Itziar et al. (2004) señalaron que el estilo de lenguaje que se emplea para transmitir el mensaje también puede influir en el éxito de su difusión, pudiendo ser más o menos

persuasivo según el lenguaje utilizado. Por ejemplo, el uso de elementos como vaciladores, lenguaje sarcástico o el uso de preguntas pueden reducir significativamente la credibilidad de quien emite el mensaje.

2.3.5 El Canal

2.3.5.1 YouTube

YouTube es una de las plataformas actuales que se caracterizan por divulgación de contenido, posibilitando que las personas tengan un acceso más directo y asequible a sus necesidades de información, así mismo, busca incluir modelos de interacción con el fin de lograr *feedback* (retroalimentación), de forma totalmente gratuita.

Para Cao (2017), por ejemplo, esta plataforma se ha posicionado como un importante sujeto de comunicación. Esto gracias a que permite a grandes cantidades de población acceder de manera fácil y sencilla a la diversidad de contenidos que se transmiten allí, algo que no logran los medios de comunicación comúnmente llamados tradicionales. Asimismo, YouTube posee habilidades de imitar algunas características de los canales informativos convencionales como la televisión antigua que a vez usa rasgos propios de las redes sociales, las cuales se consideran como una parte de la cotidianidad de la gran mayoría de habitantes del planeta.

Pese a que YouTube no es la única plataforma de video que existe, la aparición de este sí dio por sentado la entrada en escena de un nuevo y protagónico actor en lo que respecta al consumo de material informativo. Es por esto por lo que YouTube ha mantenido el lugar privilegiado de las industrias tradicionales desde la subordinación a la lógica del mercado actual.

En la actualidad, esta red social “va ligada inexorablemente a la idea de caducidad de los contenidos: la sucesión de nuevas imágenes, informaciones o videos obligan a la actualización

tanto del medio difusor como el usuario” (Cao, 2017, p. 46). La plataforma fue ideada por Jawed Karim, Steve Chen y Chad Hurley e hizo su primera aparición en febrero de 2005.

2.3.5.2 YouTube ¿red social o medio de comunicación?

La autora Cao (2017) resalta que YouTube es una plataforma bastante inclusiva que busca emitir contenidos diversos e interacción permitiendo que a través de sus singulares temáticas o particularidades las personas participen.

(Cao Fernández, 2017, pág. 8) A pesar de ser definida como plataforma social, sitio web o de comunicación, suele entrar en la categoría de red social y a su vez como medio ya que se engloban en las mismas características: emite contenido variado en temática, permitiendo interacción entre usuarios y la elaboración propia de contenido.

Por otra parte, es fundamental tener en cuenta el vínculo entre los canales tradicionales de comunicación y una mayor rigurosidad y profesionalismo. No obstante, tal vínculo no ha obstaculizado la incursión de estos medios en plataformas como YouTube en un intento por captar mayores niveles de audiencia y expandir el tipo de información que ofrecen. Así entonces, es normal que los grandes medios de comunicación creen sus canales en esta plataforma como una forma de extender su capacidad de llegar a grandes audiencias cada vez menos uniformes y estandarizadas.

2.4 PROCEDIMIENTO ANALÍTICO DEL DISCURSO PERIODÍSTICO

La autora Gutiérrez (2010) señala que los grados para analizar el discurso periodístico pueden ser estudiados como se presenta a continuación:

2.4.1 Elementos para Producir un Discurso

Acorde con (Gutiérrez Vidrio, 2010, pág. 183) es importante tener en cuenta quién es el emisor, a quién va dirigido, de qué trata, desde dónde se transmite la información y en qué contexto o momento importante se emite el discurso.

2.4.2 Nivel Icónico (Visual)

En este punto se debe considerar la ubicación, extensión y las variaciones tipográficas del discurso, como elementos materiales. Además, en el texto, se deben observar las ilustraciones, fotografías, tablas y caricaturas (Gutiérrez Vidrio, 2010, pág. 183).

2.4.3 Nivel Discursivo

2.4.3.1 Plano Micro Lingüístico

En el plano micro lingüístico es menester considerar las operaciones enunciativas, las cuales se refieren a los indicativos de personas como yo o tú, la ostensión (aquí, este), la temporalidad (ahora, ayer) y la modelización, (Gutiérrez Vidrio, 2010, pág. 183) piensa que puede ser la presencia de actitudes o la relación del enunciado con respecto al sujeto del discurso.

2.4.3.2 Plano Macro Discursivo

En el plano macro discursivo se ubican las operaciones discursivas o macro actos de habla, los cuales se refieren a la descripción, la interpretación y la apreciación. Asimismo, se abordan las operaciones meta discursivas sobre la estructuración del discurso, que son: la anunciación de lo que se dirá, retomar lo dicho y concluir a través de la interpretación (Gutiérrez Vidrio, 2010, pág. 184).

2.5 RASGOS LINGÜÍSTICOS

Los rasgos lingüísticos se refieren a los instrumentos que usa la lengua para llevar a cabo su finalidad comunicativa (de Enterría, 2008), es decir, aquellos elementos que caracterizan un tipo de texto; en este caso, un texto llevado a lo comunicativo desde la comunicación digital en relación con lo que se quiere expresar con él.

2.6 PRAGMÁTICA- SEMÁNTICA

La pragmática se define como el estudio de los contextos del lenguaje. A este respecto, la pragmática intenta comprender el funcionamiento de los procesos comunicativos, así como la práctica de las conversaciones y su forma interactiva.

Asimismo, la pragmática se centra en las reacciones de los individuos en relación con su cotidianidad por medio del lenguaje, por lo que puede afirmarse que esta disciplina se aproxima al lenguaje para enfocarse en determinadas situaciones contextuales y prácticas, a diferencia de la lingüística que se ocupa de asuntos eminentemente teóricos.

Las expresiones lingüísticas se refieren a personas objetivas, actividades, y en un mayor grado a sentimientos subjetivos, tales como ser feliz o triste. El autor (Talmy, 2000) citado en (Cifuentes-Férez, 2012), señala que el lenguaje es la clave de nuestro sistema conceptual; en otras palabras, la estructura semántica que se observan en el lenguaje es un reflejo de la estructura conceptual, o las representaciones mentales que los hablantes de una lengua tienen del entorno en el que viven. El sistema conceptual no es una réplica exacta de la realidad; que se corporiza y surge de nuestros encuentros corporales con el mundo alrededor de nosotros.

Los autores Chomsky y Halle (1979) avanzaron en el concepto de *semántica generativa* como parte de sus propuestas de investigación lingüística. Este es uno de los principales

conceptos que emergen a partir del estado de la técnica gramatical, generador sugerido por el americano que curiosamente desafió algunos de los significados que más tarde dieron lugar a partir de sus ideas. La palabra *semántica generativa* se acuñó a principios de la década de 1960 para definir una nueva forma de semántica.

2.7 SEMIÓTICA

La semiótica ha sido de vital importancia en lo que respecta al idioma y a las comunicaciones humanas. Por este motivo la semiótica también es parte de otras enseñanzas como es la psicología y las ciencias sociales, pues gran parte de los fenómenos que acontecen en estos campos se dan a través de la comunicación. Asimismo, puede inferirse que la semiótica se relaciona estrechamente con el problema de cómo se llega al conocimiento, pues los individuos conocen y asimilan su realidad a través del lenguaje y este, por lo demás, es dinámico y cambiante.

La simbología y los signos en el proceso de persuasión cumplen la función de enganche y facilitan la recordación, ya que, logran generar conexiones directas entre objeto y descripción. Un primer sistema de significación que es la lengua (por ejemplo, el francés), sirve de significante a un segundo mensaje cuyo sentido es diferente de los significados de la lengua. Se trata de dos sistemas semióticos insertos el uno en el otro de forma regular; semiótica connotativa (por oposición al metalenguaje, en el cual el signo del primer mensaje resulta ser el significado y no el significante del segundo mensaje (Barthes, 2011)).

2.8 ELEMENTOS DEL LENGUAJE

2.8.1 Arbitrariedad

Penadés (2017) relaciona a la arbitrariedad como la manera de relacionarse a través del lenguaje ha permitido a los seres humanos comunicarse, pero en este proceso también hemos construido ideas o palabras que no tienen en sí mismas un sentido lógico con lo que se nombra al momento de ser usados para esto, sino que surgen de imaginarios y expectativas generadas por una comunidad específica de hablantes.

Al hablar de arbitrariedad se hace referencia al vínculo que une al signo y su significado y entre la estructura del mensaje y su significado. Es aquel en el que dada la forma no es posible evidenciar el significado fácilmente para ninguno de los hablantes en el acto comunicativo (Penadés Martínez, 2017).

Se habla de arbitrariedad cuando un comportamiento que puede considerarse como censurable se presenta en contraposición del abuso ya que, se genera como consecuencia del poco o nada de control (Parga, 1995).

También, enmarca la acción que no se somete a ninguna norma establecida. Esto quiere decir, que la arbitrariedad supone una ausencia total de criterio. “La arbitrariedad, como conducta contraria a la certeza y a la seguridad, deber ser perseguida con independencia del posible grado de justicia que pueda alcanzar en contenido”. (Parga, 1995, pág. 394).

El autor destaca que la arbitrariedad implica la imposición del poder público sobre la conducta o el actuar que se despliega en contraposición del derecho formal (Parga, 1995, pág. 394).

2.8.2 Lenguaje Denotativo y Connotativo

Es la forma de interpretación o asignación del significado de las palabras, una ofrece información objetiva y veraz, de manera literal; y la otra que busca generar sentimientos e interpretaciones en el receptor, según Jofré (2002), puede entenderse que mientras que el lenguaje connotativo es más socializado y dinámico, el lenguaje denotativo es más fosilizado, es decir, es un lenguaje más estático que no pertenece al subconsciente del hablante. Así, para este autor el lenguaje denotativo es de carácter más informativo, mientras que la connotación posee características más desde lo valorativo.

Como bien dijo Todorov, el lenguaje denotativo hace parte del campo del discurso, mientras que la connotación es más de una dimensión histórica o de lo que se habla. En otras palabras, lo denotativo se asocia con el significado, mientras que el lenguaje connotativo se vincula con el significante.

La estructura connotativa vislumbra el fenómeno por medio de una representación simbólica, mientras que lo denotativo se refiere a dar significado o describir ese fenómeno (Zecchetto, 2002).

2.8.3 Signos Lingüísticos Simbólicos

El signo se refiere a la unión que se da entre una noción y una imagen que representa su significado. De Saussure citado por (Cárdenas, 2017), resalta la importancia de que el lenguaje se encuentre separado de la realidad, ya que el signo no se relaciona con sonidos o cosas, no aplica para objetos establecidos.

Cárdenas (2017) considera que el signo es una de las bases de la comunicación oral porque parte del comportamiento social y psíquico de los individuos, es una forma de sustituir

los objetos o situaciones reales en representaciones gráficas que faciliten la interpretación de esa realidad.

El signo lingüístico es el ejemplo más claro de simbolismo en el ser humano, por cuanto es universal y el más cercano en torno a las palabras. De Saussure citado por (Salguero Lamillar, 2001) el signo lingüístico como un elemento psíquico que se compone de un concepto o significado y una imagen que denota significado, se caracteriza por su arbitrariedad en el sentido de que no hay un vínculo con el significado y significante.

2.8.4 Signos No Verbales

La comunicación es un proceso complejo y diverso que ha permitido a los seres humanos conocer, construir, imaginar, entre otras cosas, esto dado gracias también al baño lingüístico que cada individuo ha tenido de su lengua, y que también está ligado a la posición geográfica, a las condiciones culturales y sociales de cada uno, y no sólo sucede en el lenguaje verbal sino en el lenguaje no verbal.

Por ejemplo, para Cestero (2016), la comunicación no verbal alude a una amplitud temática difícil de delimitar, pues ésta se refiere a los sistemas no lingüísticos utilizados para comunicar. Esto puede incluir desde los hábitos y las creencias culturales hasta movimientos gesticulares. Asimismo, tanto los unos como los otros hacen parte de lo que este autor denominó el sistema paralingüístico y el sistema kinésico. Por otra parte, dentro de estos signos no verbales también se incluyen los sistemas cronémico y proxémicos.

2.9 FONÉTICA

La fonética se considera la rama de conocimiento que aborda el saber sobre los sonidos desde su perspectiva física, no se preocupa por el desempeño de la lengua. De acuerdo con

Gleason, 1975 citado por (Benavidez Paz & Díaz Bolívar, 2015) los sonidos que se generan con la voz de un individuo pueden ser considerados desde diferentes enfoques, dos de ellos son la fonética articulatoria y la fonética acústica.

Bigot (2010) considera que la fonética busca analizar la sustancia sonora del habla en general, en su carácter físico, acorde con lo anterior, la fonética acústica identifica los elementos físicos como las ondas que se generan por los órganos de fonación y que se dispersan en el aire.

La fonética estudia situaciones particulares y concretas, las cuales dependen de cada hablante y su ubicación geográfica Trujillo (2010). Acorde con lo anterior, el autor manifiesta que el proceso comunicacional se lleva a cabo de una manera eficaz y eficiente por medio de la oralidad. “La fonética brinda conocimiento sobre los elementos esenciales de los sonidos que se producen en la comunicación verbal, lo que permite que se mejore entre los individuos” (págs. 29-31).

Se divide en *fonética articulatoria* encargada de la producción de los sonidos, es decir, la pronunciación, *fonética acústica* analiza los elementos físicos del sonido del habla, lo que quiere decir: frecuencia, intensidad, tono, timbre, entre otros. Finalmente, *fonética perceptiva* esta se ajusta al receptor, ya que profundiza sobre el procesamiento auditivo de los sonidos de la comunicación verbal, en pocas palabras la vibración del sonido. También analiza la forma en que el cerebro identifica los impulsos para recuperar el mensaje de la onda sonora. (págs. 32-33).

El autor enfatiza en que las características anteriores son todas ellas interdependientes, haciendo alusión a que no pueden entenderse ninguna sin la otra. En síntesis la fonética se compone en la oratoria, la pronunciación y la composición sonora.

2.10 ACTOS DEL HABLA – PERCEPCIÓN

Rosales (2015, págs. 21,36) declara que la percepción viene siendo la interpretación que nuestro cerebro realiza de las emociones y sensaciones que recibe a través de algunos sentidos que se construye a partir de los estímulos que el ambiente genera.

Con relación a lo anterior comenta que experiencia personal, la cual para cada sujeto la información recopilada por sus sentidos es intransferible y le permite reaccionar, construir y reflexionar desde su interpretación propia de los acontecimientos. Gracias a la percepción también se debe gran parte de nuestro aprendizaje por imitación como el lenguaje oral o gestual.

Dado esto, el autor expresa que la percepción es importante como categoría de análisis del discurso porque evidencia las impresiones e inferencias que las personas construyen desde la información que se les brinda en el acto de comunicar.

2.10.1 Impacto de las redes sociales en el lenguaje

Si bien, las redes sociales son las herramientas que desde hace algún tiempo incursionaron en la vida de como método de comunicación instantánea, facilitando el acceso o relacionamiento humano, pero que a su vez, hacen un proceso poco sano para el desempeño, debido a que, como expone Díaz (2019) las redes sociales permiten visualizar el mal uso de la indicaciones gramaticales, las faltas de ortografía, la imprecisión léxica y lo incoherente de los textos.

Por otro lado, es importante resaltar que, aunque las redes sociales estén empleando malos hábitos conductuales estas se están caracterizando por aportar y construir conocimientos que a su vez facilita el acceso de información.

Finalmente, Díaz (2019) agrega que las redes sociales son un escenario que propicia la participación ciudadana, en el que se forjan y comparten nuevos conocimientos (pág. 54).

2.10.2 Intención Comunicativa – Percepción Factor Psicológico

Para los seres humanos comunicar es algo natural y consciente, y el lenguaje facilita esto, comunicar requiere de medios como el cuerpo, la mirada, el vestuario y un contexto como una reunión, una carta o, más actual, un chat. Teniendo en cuenta que la única forma de comunicación no es la oralidad, pueden existir muchas maneras de transmitir mensajes, por lo que se origina un proceso psicológico relacionado con la comunicación.

Con base a lo anterior, comunicar es una acción generada en el cerebro y la comunicación está fundamentada en el lenguaje, esto debido a que, es innato del ser humano para simbolizar y nombrar la realidad; como señala Beltrán (2007), es un trabajo que se encuentra relacionado con el pensamiento y la capacidad del individuo para transmitir información por medio de los símbolos. Esta capacidad parte de los signos y códigos que la persona aprende de su cultura y entorno.

Algunos factores como los sociales, políticos y económicos intervienen en el momento de pensar y comunicar, y para comunicar es necesario pensar y estructurar el discurso que se dará, la información no sólo se percibe, también se analiza, se sintetiza y se concluye; estas son acciones cognitivas más complejas que requieren de la reflexión para que se ejecute dicha comunicación. El ejercicio comunicativo requiere de pensar para ser ejecutado.

2.11 SEMIÓTICA VISUAL

La imagen visual se construye de otras semióticas sensoriales, es decir, que divide y cubre el mundo del sentido, como un mundo de los sentidos. Asimismo, viene siendo una

intersección que nos define, en un orden secundario, un espacio de interacción y de transposición con lo auditivo (Botur, 1985).

La semiótica visual es arbitraria, lo que quiere decir, cuyo significado se determina por definiciones e interdefiniciones sucesivas entre conceptos. No existe solamente como elemento de análisis o como semiótica objeto, sino que es una condición. Por consiguiente, lo que conforma es un espacio potencial de un objeto teórico y de análisis (págs. 71-72).

Tiene su calidad debido a una caracterización de orden sensorial, por lo que se constituye en el medio o apoyo para la transmisión de un significante. En otras palabras, esta clasificación le atribuye un acento al canal, en el significante y en los que reciben el mensaje por medio de los diferentes sentidos (pág. 73).

Desde el punto de vista de Botur (1985) una semiótica visual construye otras semióticas sensoriales, es decir, que divide y cubre el mundo del sentido como un mundo de los sentidos. Expresa que sostiene la primicia de lo visible con la que se presenta en los sentidos, se refiere por lo tanto a visiones significativas, asimismo, se obtiene un escenario en el que interactúan y se transportan entre el mundo real y las lenguas audibles. (pág. 75).

La parte visual acompaña a la auditiva y viceversa, lo auditivo se une con lo visual, es decir, el mundo natural a los ruidos, atribuyéndole a la característica visual un espacio de interacción y de transportación con lo auditivo. (págs. 75-76).

2.12 TIPO DE CONTENIDO ANÁLISIS VISUAL

2.12.1 Descriptivo - Argumentativo

El mensaje descriptivo es una forma de exponer secuencia en la comunicación, por medio de la cual se vislumbra cómo es un ser, objeto o realidad. Estos son secuencias textuales que se incluyen dentro de otro teniendo como desarrollo la enumeración de las partes y de las propiedades haciendo uso de las metáforas y las comparaciones y teniendo en cuenta que los conectores ayudan a tejer una relación más clara y limpia del mensaje para el espectador (Sainz, 2017).

Sainz (2017) Define que desde el mensaje argumentativo se aborda una opinión racional sobre un asunto actual y controversial para influenciar el pensamiento y el actuar de quien recibe la información. Su estructura es: Introducción, presentación del tema; desarrollo, evidencia de los argumentos para la defensa; conclusión, confirmación de la validez de la información y repetir partes de esta.

2.13 ANÁLISIS DE LA IMAGEN

2.13.1 Imagen Abstracta y Figurativa

Las imágenes figurativas se refieren a las representaciones que transmiten la realidad de acuerdo con la percepción desde los sentidos. Se encargan de representar, y reconocer e identificar durante la cotidianidad, así como las formas, colores, texturas, rasgos, proporciones y los detalles del entorno, como ejemplo de esto se encuentran la pintura, la arquitectura, el cine. (Vega, 2011, pág. 1).

Lo abstracto se refiere a algo que no espera representar un objeto o situación concreta, al contrario, solo busca transmitir formas, estructuras o colores; por ello, se contrapone a lo figurativo. Su fundador es Vassily Kandinsky, quien propuso el arte en oposición al mundo real o exterior para abrir la puerta a múltiples interpretaciones del exterior (Legorburu, 2010).

2.13.2 Signo Icónico

Angelo (2006) considera que este tipo de signo facilita la sustitución que permite reconocer mediante ciertas reglas, de transformación de algunos objetos del mundo. Esto se debe a que mantiene ampliamente relación representativa con el referente.

Análisis del discurso periodístico de La Pulla en la plataforma de YouTube

Se propone analizar desde una mirada objetiva como el discurso de La Pulla se ha traspulado desde las corrientes ortodoxas hasta un punto más juvenil, crítico y con un lenguaje sencillo y sarcástico el cual, genera más público interesado, pero algunos críticos no lo ven así, por ende, habría que analizar si su discurso cumple las características de una buena estructuración e indagación periodística y que no solo es una narrativa juvenil y sarcástica en busca de rating y visualizaciones.

2.14 PERCEPCIÓN VISUAL

2.14.1 Pertinencia

Este concepto se refiere a la información veraz, completa, actual e interesante (Significados.com, 2015).

Como se ha venido analizando a lo largo de este marco conceptual, se ha encontrado que a la fecha 25/02/2021 La Pulla ha subido desde el 14/01/2021, 12 videos a la plataforma de

YouTube, donde su propuesta es transmitir información veraz, la pregunta surge: ¿Cuán veraz es la información que brinda La Pulla en su discurso periodístico en YouTube? Es importante indagar sobre las fuentes, comparar con otras fuentes para identificar la relación que hay de la información existente, además comprobar los datos que ellos dicen en sus espacios cuando citan a la ONU, Ministerio de salud, entre otros, ir a la fuente principal y corroborar que parte de la información es real y cual no para evitar los malos entendidos y los juicios de valor a priori.

2.14.2 Objetividad

Al respecto (2019) alude en que este concepto consiste en la diferencia entre la transmisión de información de opinión y de publicidad para que no se dé confusión.

Se ha venido analizando y verificando la objetividad de su información, que la realidad se exprese tal cual es, e indagar cuán objetivo es el discurso periodístico de los periodistas que orientan el espacio de La Pulla, lo cual es fundamental para verificar la veracidad de los datos que se brindan.

2.14.3 Transparencia

La transparencia se predica de la información que se transmite después de ser comprobada y no difundir rumores, por eso es importante citar las fuentes directas de los hechos que se exponen en las noticias. En este sentido, es necesario rectificar cuando se comete un error en la información y cómo se evidencia la veracidad de esta desde el discurso y desde las fuentes que cita para ofrecer la transparencia de la noticia (Morales Barba, 2008).

La noticia es la transmisión pública de un suceso que le interesa a la sociedad, se trata de la propagación de un hecho que era desconocido (Martínez (2012). Así que, la noticia es la

primera fase del periodismo, se trata de un texto con veracidad que busca transmitir la realidad social, de forma oportuna y sin juicios de valor (pág. 155).

Para Trejo (2001), a través de los medios de comunicación se forjan escenarios públicos, por lo que la vida privada se convierte en un espacio para que la sociedad interactúe, lo cual debe hacerse con respeto al que lo está consumiendo ya que la persona puede sesgarse fácilmente y divulgar información errada que será comunicada de persona a persona y así generar falsas noticias entre la población.

2.15 RETÓRICA DE LA IMAGEN

2.15.1 ¿Qué Connota y qué Denota?

La denotación es el sentido literal de la imagen, inmediatamente percibido. La connotación es el valor estético y artístico de la imagen, del cual nacen otros mundos (Santos Guerra, 2015).

Por lo que, respecto a lo que connota y qué denota Santos (2015) comenta que la denotación se refiere a analizar la realidad desde la descripción; mientras que, en la connotación, se habla de la realidad desde la interpretación que se haga de ella. En ese sentido, se pasa de una perspectiva objetiva a una que permite mayores elementos subjetivos.

2.16 ELEMENTOS PARALINGÜÍSTICOS EN LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

Los elementos paralingüísticos son elementos vocales no lingüísticos que se producen a través del aparato fonador del ser humano, pero no se consideran verbales porque se relacionan

más con elementos cinésicos u otros que no son verbales, pero se usan para comunicar el sentido de algún enunciado que sí es verbal (CVC. Diccionario de términos clave de ELE., s.f.).

2.17 PARALINGÜÍSTICA

Para Palacios y Niño (2019, pág. 27), la habilidad paralingüística es aquella que acompaña la información con elementos representativos como el acento, el tono, la voz y la pronunciación.

Martínez (2012) sostiene que en la paralingüística visual se hace alusión a los elementos que se relacionan con el lenguaje integrado por un componente visual, escrito, gráfico, planos. Por otro lado, expone que en la visual no paralingüística comprende los recursos tipográficos: periódicos, fotografías, dibujos, entre otros.

2.17.1 Timbre

El timbre es una característica que viene siendo fundamental para la comunicación no verbal, dado que, permite que las personas logren captar el sonido en poca o mayor magnitud, Blanco (2007) concluye que el timbre resulta de la unión entre la armonía del sonido, el volumen y la apertura de las cavidades que facilitan la resonancia del lugar en que se produce.

2.17.2 Tono

Como dice Blanco (2007, pág. 97) el tono es producto de la cantidad de vibraciones que se producen desde las cuerdas vocales durante un tiempo determinado. Es decir, el tono es una de las particularidades del habla que permite identificar las sensaciones auditivas, si son graves, agudos o medios.

2.17.3 Volumen

El volumen es el elemento indispensable para lograr identificar la intensidad con la que están transmitidas las palabras, es decir, de acuerdo con el volumen del sonido, es posible evidenciar el nivel de confianza, entusiasmo, agresividad o malos modales del hablante. Se debe tener en cuenta las características del oyente y la proximidad (Blanco Rodríguez, 2007).

2.18 PATRONES KINÉSICOS

Los patrones kinésicos se comprenden a partir de la retroalimentación cara a cara que se tiene con las personas, lo que quiere decir que, los elementos kinésicos aportan asertividad y una configuración simbólica del mensaje transmitido y recibido (Palacios Pinzón & Niño Moren, 2019).

2.18.1 Gestos

Los gestos provienen de la actividad psicomuscular de la cara y el cuerpo, y por medio de ellos es posible comunicarse. Pueden ser expresiones como el movimiento de las cejas, una sonrisa, abrir mucho más los ojos, mover los brazos o agitar la mano para dar un saludo (Sánchez Benítez, 2009).

Del mismo modo, Palacios y Niño (2019) exponen que los gestos son aquella gestualidad generada como un proceso emocional que responde a la situación, por lo que, refuerzan el mensaje verbal.

Finalmente, son estos gestos los que generan una notoria retroalimentación entre el emisor y el receptor, ya que, permiten una máxima expresividad.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PARADIGMA CUALITATIVO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Cuando hablamos del paradigma cualitativo según (Hernandez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018) nos remitimos a un análisis holístico sobre la población que estamos estudiando, generando patrones de comportamiento psicosociales que se pueden analizar desde una mirada cualitativa, dándole un sentido único y razonable a la investigación en cuestión.

Este estudio será a partir del análisis de contenidos, el cual nos permitirá ahondar profundamente sobre aquellas variables trabajadas en técnicas de análisis de la investigación.

En consecuencia, este paradigma nos ayudará a indagar sobre el discurso periodístico teniendo en cuenta el análisis interpretativo de la situación, enfocándonos en el desarrollo periodístico como principal tópico de análisis. Por lo que, este paradigma brinda un mayor grado de profundidad en los datos, dispersión y riqueza, contextualizando el entorno y aportando un punto de vista natural y flexible (Hernandez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018).

3.2 DELIMITACIÓN

3.2.1 Sujeto u Objeto de Investigación

El objeto de estudio de este proyecto serán los vídeos columna de opinión y el sujeto será el canal de La Pulla en YouTube.

La exploración del proyecto se basará en las palabras claves: Discurso, Discurso periodístico- Intención comunicativa- YouTube, Columna de opinión.

3.2.2 Tiempo y Escenario

Tiempo

1 año (2021-2 a 2022-1)

Tiempo por fechas

2021 Semiótica de la Educomunicación – Etnografía de la comunicación- educación – noveno semestre.

2022 Comunicación, educación y ciudad – décimo semestre

El escenario será la videocolumna de opinión de la plataforma de YouTube.

3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El estudio es enmarcado en lo no experimental. Los datos a recoger serán del análisis de 14 vídeos en un rango de fechas del 14 de enero hasta el 29 de abril del 2021 a partir, de la videocolumna de La Pulla en la plataforma de YouTube.

Desde el punto de vista de Hernández y Mendoza (2018, pág. 184) en la investigación no experimental el investigador se acerca más a las categorías de análisis o variables del estudio, ya que las toma como reales, por lo que se tiene un mayor nivel de validez externa.

Hernández Sampieri et al. (2010) nos exponen que los casos no experimentales se fundamentan en categorías, concepto, comunidades o contextos que ya existen, sin la necesidad de que el investigador intervenga. Es decir, lo que se busca es observar los fenómenos ya existentes, debido a que, no se pueden manipular las variables.

El estudio de esta investigación será el transversal, porque, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) busca exponer y analizar variables y su incidencia en un tiempo determinado. Es por esto, que se hará uso de las encuestas de opinión lo que permitirá la obtención de respuestas sobre el asunto o interés de investigación, mediante el lenguaje y la visión del sujeto entrevistado (pág. 420). Finalmente, transaccional porque se reunirán datos en un determinado tiempo.

En consecuencia, el diseño será abordado con un enfoque descriptivo a juicio de Guevara, Verdesoto y Castro (2020, pág. 166), el cual pretende identificar las peculiaridades de los sujetos participantes, y no basta con presentar la caracterización de los fenómenos obtenidos por el método de recolección de datos, que también necesitan ser organizados y luego analizados a partir de un marco teórico apropiado, que sustente el estudio.

3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se basan en una observación participante, llevadas a cabo por entornos convencionales, es decir, se enfoca en realizar la observación en la situación social del objeto de la investigación (Orellana López & Sánchez Gómez, 2006).

Esto quiere decir, que son el medio por el cual el investigador se relaciona con el entorno y emplea una amplia participación, logrando así, cumplir con los objetivos propuestos en la investigación.

Son importantes porque permiten tener una mayor claridad y una mejor perspectiva respecto a cómo los individuos verán los resultados acerca de lo que se va a investigar y el resultado que se desea obtener.

Igualmente, son las que permiten que a partir de los datos o la información almacenada se construya el proyecto de investigación (Orellana López & Sánchez Gómez, 2006).

Por último, (Orellana López & Sánchez Gómez, 2006) sostienen que es importante tener en cuenta que en un estudio cualitativo el observador enmarca cumple con el rol fundamental al momento de realizar la recolección de la información, a su vez son las tecnologías informáticas las que mejoran su desempeño en la observación y, por tanto, en la sistematización de lo observado.

3.5 OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE

(Campos y Covarrubias & Lule Martínez, 2012, págs. 45-60) Definen que cuando se habla de observación se hace referencia a la manera sistematizada y lógica en que se hace un registro visual que se puede verificar.

Para este proyecto la observación será no participante, los autores Campos y Lule (2012) la abordan como aquella en la que no se presenta intervención del investigador en los sucesos o el fenómeno a analizar, por lo que solo se limita a ser un espectador y recolectar los datos de los que observa.

La técnica a emplear será las fichas de análisis de contenido, la importancia de estas es porque permite al investigador recoger la información e ideas adquiridas en el estudio del caso, se pretende incluir la información obtenida en el marco teórico respecto a lo observado en la videocolumna de opinión en el canal de YouTube de La Pulla.

Por otro lado, se implementará la entrevista estructurada, con el fin de profundizar en cómo se ve el contexto y el enfoque periodístico de la columna de opinión La Pulla.

3.5.1 Análisis de Contenido

Esta técnica como lo comenta Aigeneren (1999) facilita el examinar el insumo de una comunicación, clasificando los elementos o contenidos del mensaje.

Por lo que, tiene como componente metodológico un conjunto de datos. Los datos son unidades elementales de la información porque se pueden analizar por medio de técnicas significativas para el problema de investigación (Aigeneren, 1999, pág. 20).

En cuanto a las fichas de análisis de contenido son una gran herramienta porque a medida que se va realizando la revisión de literatura, se van extrayendo datos muy específicos y en ocasiones datos similares de las diferentes investigaciones que crean la necesidad de ser plasmados en estas fichas (Galán Fajardo, 2006).

Con base a la Universidad Nacional del Centro de Perú (2012) estas fichas son de gran utilidad porque mediante estas se sintetizan los diferentes procedimientos y métodos que se siguen para la investigación. La ficha de análisis de contenido contiene ideas, observaciones personales, citas, resumen de texto y entre otros y su encabezado se compone de un tema, subtema, contenido y fuentes de referencia, todo depende también de la elaboración personal y de la investigación que se esté realizando.

Las fichas de análisis pueden ser: a) textuales, las cuales consisten en plasmar el contenido netamente mencionado por la fuente, sin alterar el resultado con que el autor lo emitió, en este tipo de ficha deben usarse las comillas y no se deben corregir errores o alteraciones gramaticales y respetar subrayados; b) de definiciones, las cuales consisten en copiar la definición exacta que da un autor sobre un concepto; c) de resumen, consiste en decir la idea del autor sin alterar el original; d) comentario personal; e) mixtas, se dividen en cuatro: la primera,

copiar una parte e incluir un resumen en el resto del texto; segunda: copiar una parte y añadir un comentario personal en el resto del texto; tercera: mezclar parte textual con resumen y comentario personal conservando la idea que expone el autor; y cuarta: hacer resumen y añadir comentario (Universidad Nacional del Centro del Perú, 2012).

Según Krippendorff (1990) argumenta que el análisis del contenido “es una metodología importante para la comunicación porque busca el estudio riguroso de los mensajes”; adicionalmente, procura entender la información en conjunto y dentro de un contexto permeado por fenómenos simbólicos (pág. 6).

3.5.2 Entrevistas

Para Taguenca y Vega (2012), la entrevista es una técnica de estudio social que tiene por objetivo la interpretación de las razones que tienen los sujetos para hablar, actuar o pensar sobre las situaciones sociales.

Para que esto se lleve a cabo y dé un resultado mejor de lo esperado, la entrevista se basa en la libertad de expresión de la persona que se entrevista, ella debe transmitir sus intereses, pensamientos y deseos (pág. 60).

3.5.2.1 ¿Qué es?

La entrevista se trata de contacto entre ambas partes facilitando así la comunicación y la reflexión sobre el asunto abordado. López y Deslauriers (2011) mencionan que se trata de un instrumento comunicativo para obtener datos directos de una parte a la otra (pág. 2). Por lo tanto, esto nos ayudará a comprender a fondo las diferentes percepciones de las personas implicadas.

La entrevista se basa en buscar información sobre un asunto determinado, el cual es objeto de una investigación y se aborda desde preguntas y respuestas al entrevistado (Manzano (2005). El entrevistado es una persona con autoridad en el área de conocimiento que se investiga.

El propósito de la entrevista es obtener las perspectivas, opiniones y valoración del entrevistado.

3.5.2.2 La entrevista de preguntas abiertas

En esta entrevista, las preguntas se redactan de manera previa y siguen un orden determinado, pero el entrevistado está en la libertad de dar respuesta según su consideración y deseo, siempre en el marco de la pregunta planteada (López Estrada & Deslauriers, 2011).

3.6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

La técnica de análisis a emplear será la de multivariadas, las cuales se definen como el grupo de técnicas basadas en la estadística para analizar los vínculos entre las categorías de la investigación (Meneses, 2019, pág. 22).

Esta definición se utilizará porque se harán fichas de análisis de contenido, las cuales, se desarrollan a partir de categorías y diversas variables. (Meneses, 2019, pág. 22).

El proceso consta de una recopilación de datos, los cuales permitirán analizar detallada y detenidamente la información y recopilar múltiples resultados del objeto investigado. Debido a que su importancia radica expresa Meneses (2019), en la profundidad en la descripción y predicción de acontecimientos que tienen interés para el estudio (pág. 22).

3.7 MUESTREO INTENCIONADO

Se empleará un muestreo no probabilístico, dirigido a un subgrupo de la individuos para elegir los ítems que dependen de sus características, en pocas palabras, este no se deriva de una probabilidad, sino que se desborda de la toma de decisiones del investigador (Hernández-Sampieri, 2014, pág. 176).

Según Hernández – Sampieri (2014), el muestreo intencionado tiene importancia porque se seleccionan los casos de acuerdo a varios motivos no representativos de la población.

La selección se hace de acuerdo con el problema planteado, la hipótesis, el diseño y el alcance esperado en la investigación.

3.8 PLAN DE TRABAJO

Semiótica de la Educomunicación- Etnografía de la comunicación- educación

Comunicación, educación y ciudad

Plan de trabajo enero 2021 - noviembre del 2021- Febrero 2022-Abril 2022

Este semestre se pretende ahondar la sistematización y análisis de la información sin descuidar el marco teórico y la metodología de la investigación.

Tabla 2*Plan de trabajo 2021*

Actividad	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May
Planteamiento del problema										
Marco teórico										
Metodología de la investigación										
Sistematización de datos y conclusiones										

Tabla 3*Plan de trabajo para el año 2022*

Tarea	Pasos	Inicio	Final
1	Sistematización y análisis de la información	2022	2022
2	Organización de datos cualitativos para el análisis	2022	2022
2	Análisis	2022	2022
2	Conclusiones y recomendaciones	2022	2022
2	Referencias	2021	2022
3	Anexos	2022	2022
4	Técnicas de generación y recolección de datos	2021	2022
4	Técnicas de análisis de datos	2021	2022
5	Y otros que sean requeridos	2021	2022

3.9 PRESUPUESTO DE INVESTIGACIÓN

En la investigación se hará una inversión anticipada, debido a que, estará sujeto a cambios, su distribución será de la siguiente manera (ver Tabla 5).

Tabla 4

Distribución del presupuesto

Tipo	Categoría	Recurso	Descripción	Monto
Recurso disponible	Equipo	Computador portátil (internet)	Clases Asesoría de trabajo grado <ul style="list-style-type: none"> • Investigación y rastreo documental Asesoría 15 minutos Horas de clase 2 Hora extra de investigación 1 Internet por 6 meses:	\$70. 688
Valor matrícula	Cursos	Semiótica de la Educomunicación Etnografía de la Comunicación-Educación Comunicación, Educación y Ciudad	3 Créditos por materia 533.055 x3 : \$1.599.165	Valor total cursos \$4.797.495
TOTAL				\$4.868.183

4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 TABULACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

Se presenta el análisis de resultados obtenidos a partir de la investigación realizada y de los objetivos propuestos en esta. Así, se describe en primer lugar la forma en la que se organizó la información, los instrumentos para realizarla y las categorías teóricas consideradas para el ejercicio. Luego, se explica propiamente el análisis que se obtuvo a través del análisis de contenidos desde la perspectiva del periodismo digital.

Así, se expone los elementos característicos del lenguaje connotativo y denotativo, además de los elementos paralingüísticos y del discurso que hacen del espacio de opinión de La Pulla un trabajo particular que lo diferencia de otros medios de comunicación tradicionales.

Finalmente, se enumera algunas consideraciones respecto al contexto narrativo, lingüístico y político de este espacio a partir de lo evidenciado en las entrevistas realizadas.

La organización de la información y los datos se basó en el objetivo general de la investigación, a saber, indagar de qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube.

Para esto, se partió de la investigación cualitativa y del análisis de contenido en el que, además se consideraron palabras claves como periodismo, discurso periodístico, periodismo digital e intención comunicativa. Dichas palabras claves trazaron la hoja de ruta para los análisis posteriores en los que se tuvieron en cuenta elementos propios del discurso como la semiótica, la pragmática, patrones kinésicos y análisis de la imagen.

Respecto al diseño de la investigación, este consistió en uno no experimental definido por Hernández Sampieri (2010) como aquella que se elabora sin intervenir en las categorías independientes, se da en contextos o sobre temas que ya existen y no dependen de la intervención del investigador. (pág. 165).

Por otra parte, el estudio de esta investigación fue transversal, pues su propósito, según Hernández Sampieri (2010) es describir variables para analizar su repercusión e interrelación. En ese sentido, se aplicaron entrevistas de opinión con las cuales fue posible conseguir respuestas sobre el asunto de interés desde la perspectiva de la persona entrevistada (pág. 420).

Así mismo, en cuanto a las técnicas de investigación cualitativa empleadas, en este trabajo se hizo uso de las entrevistas a periodistas como de la observación propiamente dicha de las videocolumnas de opinión. Al respecto, en dicha observación se analizaron 14 videos sobre diversos temas de actualidad en un rango de fechas que van entre el 14 de enero hasta el 29 de abril del 2021.

Finalmente, el análisis de las videocolumnas de opinión se dividió en cuatro categorías principales, cada una dividida, a su vez, en otras subcategorías: elementos del discurso periodístico; pragmática- semántica, semiótica visual y elementos paralingüísticos de la comunicación no verbal. Por lo demás, las Figuras 1,2 y 3 muestran el proceso metodológico para el análisis de las videocolumnas de opinión de acuerdo con lo previamente descrito.

Figura 1. *Categorización para el análisis de las videocolumnas de opinión (elementos del discurso periodístico)*

Ficha #	Link	Miniatura	Fecha	Duración tiempo	CONSTRUCCIÓN				ELEMENTOS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO					
					Título	Tema	Subtema	Palabras clave	Esquema Comunicativo					Rasgos Lingüísticos
									Emisor	Mensaje	Receptor	Código Claro	Código Directo	
1	https://www.youtube.com/watch?v=2e4n20G6E		14/ enero/ 2021	11:23	Resúmen sobre temas relevantes en el 2021	- Covid 19 - Reformas sociales - Retorno del Empleo	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se identifica un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	La periodista hace uso de conectores y muletillas para hacer que el mensaje se sienta más cercano a los espectadores
2	https://www.youtube.com/watch?v=1TUK62K0v68		21/ enero/ 2021	13:07	Rappi. App de domicilios que no nos asesinatos que a NADE	Exploración laboral, rappi, líderes sociales, asesinatos, violencia, excombatientes	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	La periodista hace uso de conectores para hacer que el mensaje se sienta más cercano a los espectadores
3	https://www.youtube.com/watch?v=Qa5T06R2k		28/ enero/ 2021	6:37	asesinatos que a NADE	Masacres de líderes sociales, asesinatos, violencia, excombatientes	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	La periodista hace uso de conectores para hacer que el mensaje se sienta más cercano a los espectadores
4	https://www.youtube.com/watch?v=3nZnQzK0F0c		4/ febrero/ 2021	15:26	Alcaldía de Cali	Recursos públicos, aliados políticos, docentes, estudiantes	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	La periodista hace uso de conectores para hacer que el mensaje se sienta más cercano a los espectadores
5	https://www.youtube.com/watch?v=Qb0LzTfBE		11/ febrero/ 2021	12:05	Las clases virtuales son un miedo	Educación virtual	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	Los periodistas hacen uso de muletillas y uso de conectores para que el mensaje tenga coherencia y cohesión.
6	https://www.youtube.com/watch?v=x4KFCyUJ744		#####	16:19	¿Miedo de vacunarse?	Mitos sobre la vacunación del Covid 19	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	Los periodistas hacen uso de muletillas y uso de conectores para que el mensaje tenga coherencia y cohesión.
7	https://www.youtube.com/watch?v=72t5H441Q		22/ febrero/ 2021	5:04	Payasas con las vacunas	Fiestas por las vacunas	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	El periodista hace uso de conectores para hacer que el mensaje se sienta más cercano a los espectadores
8	https://www.youtube.com/watch?v=1G2CmYQW458		25/ febrero/ 2021	10:57	Pandemia abandonada	Las acciones del gobierno en medio de la pandemia	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	El periodista hace uso de conectores para hacer que el mensaje se sienta más cercano a los espectadores
9	https://www.youtube.com/watch?v=U432031xy0		4/ marzo/ 2021	14:24	El terror del uribismo	Faltos positivos, asesinatos, uribismo, EPP	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	La periodista hace uso de conectores para que el mensaje tenga coherencia y cohesión.
10	https://www.youtube.com/watch?v=1U5G8tRaf0c		11/ marzo/ 2021	14:08	Martha Corrales presidenta	La historia de la carrera política, el show mediático de marcotráfico	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	Los periodistas hacen uso de conectores para que el mensaje tenga coherencia y cohesión.
11	https://www.youtube.com/watch?v=J8T7D1E1w		25/ marzo/ 2021	24:20:00	El Tiranito de Nicaragua	Las tramas políticas, reñones de la historia del Salvador	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	Los periodistas hacen uso de conectores para que el mensaje tenga coherencia y cohesión.
12	https://www.youtube.com/watch?v=33u4G8b6QJ		1/ abril/ 2021	15:54	Daños de la iglesia católica	Fracasos de la iglesia, católicos, vaticano	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	Los periodistas hacen uso de conectores para que el mensaje tenga coherencia y cohesión.
13	https://www.youtube.com/watch?v=2nTwrM3Vog		15/ abril/ 2021	15:52	A Iván Duque le quedó grande la Ley de seguridad	Iván Duque no sabe cuidar y controlar el poder	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	Los periodistas hacen uso de exclamaciones para enfatizar y reforzar sobre ciertas partes de la información
14	https://www.youtube.com/watch?v=vd14jwH499ER		29/ abril/ 2021	16:07	A esto se debe la reforma tributaria	Motivos para hacer una reforma tributaria	El emisor se encarga de difundir el mensaje en una manera clara	El mensaje está dirigido de manera clara	Los receptores están de acuerdo con las opiniones	Se evidencia un lenguaje claro en el discurso de acuerdo con la evidencia	En el discurso la periodista utiliza frases para resaltar el contenido	Se identifica la objetividad de la periodista en el discurso	Plataforma de Youtube	Los periodistas hacen uso de exclamaciones para enfatizar y reforzar sobre ciertas partes de la información

Fuente: elaboración propia

Figura 2. Categorización para el análisis de las videocolumnas de opinión

(Pragmática - Semántica)

SEMIÓTICA VISUAL								
Tipo de contenido- Análisis visual		Análisis de la imagen				Percepción visual	Retórica de la imagen	
Descriptivo	Argumentativo	Tomas de apoyo-sí/no	Figurativas	Formato	Signo icónico	Las acciones que desarrolla el espectador frente a la imagen	¿Qué connota?	¿Qué denota?
La periodista describe cada subtema ejemplificando desde la	La periodista hace uso de encuestas, estudios realizados por el Ministerio de Salud, y otras fuentes para su discurso.	SI	Las imágenes figurativas usadas en la construcción del discurso	Guion: 1. Vacunas: Situación del Covid 19 en el	Los periodistas hacen uso de los eufemismos	Los espectadores afirman su posición política a partir de la información brindada por los periodistas.	Masacres- imagen pesimista	Bicho maldito- lo dice literalmente Covid-19 / Mi papi Uribe - figura pública reconocida a nivel nacional- Imagen sarcástica
La periodista expone como funciona la aplicación para los raptotenderos v	El informe de la periodista explica el surgimiento de rappi y como el empleo en esta app debe regularse, cuáles son las leyes que sustentan la regulación del trabajo informal que está en auge por el uso de estas apps en el país y la importancia de poner esto en debate	SI	Las imágenes usadas en la construcción del discurso	Guion: 1. Qué es Rappi. 2. Como surge de	La periodista hace uso de analogías	Los espectadores reconocen las injusticias de la APP, pero muchos siguen usándola porque les	Representa la calamidad con varios ejemplos - imagen sin tacto	Simbólico : clima bipolar / desigualdad laboral - Afecta la calidad de vida- Imagen de interés
La periodista evidencia que hay un cansancio colectivo desde los periodistas al	Se realiza un recuento de las muertes de líderes sociales hasta la fecha y cuál es la percepción que tiene la comunidad internacional sobre estos asesinatos en el país y cómo el gobierno omite que esto pase en el país y sigue deándolos en el olvido.	SI	Las imágenes usadas en el mensaje dado por la periodista son para	Cantidad de líderes sociales muertos. 2. Guion: 1. Los	periodista hace uso de la ironía para	Los espectadores reconocen lo injusta y dolorosa que es la situación sobre los líderes sociales, pero	Cruda realidad /asesinatos en el país- imagen despectiva y desconfiada	La muerte como un adorno del paisaje- Hacer uso de la memoria/ Imagen de preocupación
Los periodistas hacen una síntesis de los procesos y acciones que el alcalde ha venido	Los periodistas evidencian las irregularidades que se han venido presentando en la alcaldía de Cali y cómo el alcalde se salva de alguna sanción por los amigos que tiene, y cómo a otros que están sancionados, les permite seguir influyendo en la política y decisiones que se toman sobre el futuro de la evidencia que volver a clase es necesario no solo para lo	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen referencia a las cosas típicas de	Guion: 1. orígenes del alcalde. 2. Con qué lingo a	Los periodistas hacen uso de los eufemismos	Los espectadores reconocen que las acciones del alcalde y cómo se ha hecho la gestión de todo ha	Buscan un discurso veraz- Imagen dudosa	Con qué me enveneno ese shampoo- Resaltar las actitudes groseras e irrespetuosas/ Imagen no partidaria
Los periodistas hacen un resumen de las causas sobre	Los periodistas se basan en estudios científicos para sustentar y explicar la importancia y efectividad de la vacunación sobre el covid 19 en el país y a nivel mundial, el cual requiere del 70% de la población vacunada para tener inmunidad de rebaño.	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen referencia a	Introducción : 1. La conectividad es una	Los periodistas hacen uso de la ironía	Los espectadores expresan y reconocen la importancia de regresar a clases	Negligencia educativa- Imagen de reproche	"Mi niño, digno heredero de mi"/ "Esto es Cundinamarca, no Dinamarca"- Metáforas = alternancia/ Imagen de preocupación
El periodista describe cómo se realizaron las fases de las vacunas y cómo	Desde el discurso se argumenta cómo el gobierno hizo más fiesta por la llegada de las vacunas que por agilizar la vacunación y la compra de éstas, ya que, Colombia es uno de los países con más retraso en el plan de vacunación a nivel latinoamericano y cómo desde sus acciones ha	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen referencia a dar	Introducción del chiste. 1. Demagogia	El periodista hace uso de los sarcasmos	Los espectadores tienen claro que no son políticos sino de influencers o instagramers por que	politiquería- Objeción /Imagen fehaciente.	Imagen de burla
El periodista describe cuáles fueron las acciones que realizó el gobierno	El periodista se basa en datos presentados por el ministerio de salud, de trabajo para recrear el discurso sobre las acciones que el gobierno no hizo o hizo mal teniendo en cuenta las bases de datos nacionales.	SI	Las imágenes usadas aportan veracidad sobre las acciones y dinamismo a la información	Introducción sobre la deuda del país. 1. La	Los periodistas usan la ironía y el sarcasmo	Los espectadores reconocen que el manejo de la pandemia por el Gobierno de Duque	Uso de la estadística y de otras fuentes / Imagen de veracidad	Gobierno na llevado a gran parte de la clase media a desaparecer conduciéndolos a la clase baja- Falta de empatía/ Imagen de descontento y crítica
La periodista expone cuáles son las atrocidades del uribismo frente a los falsos positivos	La periodista se basa en los datos del centro de memoria y de algunas agencias internacionales que trabajan con los derechos humanos y los datos que la JEP y la Comisión de la Verdad.	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen mención a los	Introducción : La JEP está investigando	La periodista usa la ironía y el sarcasmo	Los espectadores a través de los mensajes han reconocido que uribe	Centro Democrático acorralado- senadores del CD salieron a defender a Uribe/ Imagen de rabia e impotencia tras	Uso de la palabra "Aniquilar"/ Imagen desafiante y malevola - molestia general
Los periodistas describen como Martha Lucía Ramírez ha hecho	Desde el discurso se argumenta cómo la vicepresidenta se ha codeado con las personas más influyentes y poderosas del país, ha servido a unos cuántos y no a los colombianos que la eligieron como goernante para que los representará y aún así, cuando se anunció presidencial para las elecciones del	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen referencia a	Introducción : 1. Como surge del	Los periodistas hacen uso de la ironía y el sarcasmo	Los espectadores a través de los mensajes solicitan a los periodistas tener	Voltairepismo e intimidación a la prensa/ Imagen burlesca e irónica.	¿Quién es más importante que quienes votaron por usted como vicepresidenta?/ Imagen de rechazo y desacuerdo.
El periodista expone todas las acciones que ha hecho el presidente para	El periodista se basa en datos presentados por la ONU y otras organizaciones que revelan la fuerte crisis social y de derechos humanos que está atravesando el Salvador y cómo el presidente está en estas.	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen referencia a	Introducción sobre el presidente	La periodista hace uso de la ironía	Los espectadores tuvieron varias acciones entre esas habla de todo,	Gobernado por rees sociales, selfies y videos en TikTok/ Imagen de discordia frente a tanta	América Latina es la corrupción"/ Imagen de sarcasmo- preocupación por otro país no
Los periodistas nombran y describen 6 acciones que han promovido	Los periodistas hacen uso de fuentes para sustentar como esas acciones misóginas y excluyentes hacen daño a la humanidad, y también menciona a partados de la biblia para argumentar cómo éstas acciones están muy lejanas de lo que es la sociedad hoy en día.	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen referencia a la ironía y a las	Introducción : Semana Santa. 1. Decimación	Los periodistas hacen uso de la ironía y analogías	Los espectadores reconocen que las personas a que están	Posturas de la Iglesia lastiman y excluyen a los creyentes/ Imagen expositiva y argumentativa	Reforzar la explicación de las acciones que hace la iglesia/ Imagen expositiva y argumentativa, control.
Los periodistas hacen uso de fuentes como líderes sociales, investigaciones	Los periodistas hacen uso de fuentes como líderes sociales, investigaciones DDHH, entre otros, para argumentar las razones de porqué la seguridad democrática es algo que al Gobierno de Duque le quedó grande y no ha podido hacerse cargo de ello. Y como sus políticas han sido mínimas ante el	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen referencia a cómo en el país	Introducción sobre la seguridad en	Los periodistas hacen uso de la ironía, analogías v	Los espectadores reconocen que las FFMM ya no nos cuidad, que es necesario hacer una	Cuentazo-Descontento con el mal gobierno de Duque/ Imagen de rechazo, inconformismo, sátira.	No hay control/ Imagen burlesca.
Los periodistas buscan asesoría de expertos para poder explicar mejor la reforma v	Los periodistas buscan asesoría de expertos para poder explicar cómo las exenciones a los más ricos aún siguen siendo veronzosas en uno de los países más desiguales del	SI	Las imágenes usadas en el mensaje hacen referencia a las entrevistas a	Introducción sobre la tributaria. 1.	Los periodistas hacen uso de la ironía, analogías v	Los espectadores apoyan a los periodistas en lo poco que nos hemos formado como sujetos	La clase media termina "clavada" y a los superricos no los tocan / Imagen de confusión e indignación.	Las contradicciones y confusiones, no ha permitido un diálogo entre el pueblo ye l gobierno /Imagen burlesca, sarcástica y sin taulos.

Fuente: elaboración propia

Figura 4. Categorización para el análisis de los elementos Paralingüísticos de la comunicación no verbal

ELEMENTOS PARALINGÜÍSTICOS EN LA COMUNICACIÓN NO VERBAL			
Paralingüística			Patrones kinésicos
Timbre de la voz	Tono	Volumen	Gestos
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	En las partes de citas, y datos el tono es alto y	El gesto del rostro regulan la interacción, ofreciendo seguridad, el gesto de las manos permite que se mantenga la concentración en el video
registro de la voz básico, permite retroalimen	Agudo	Llamativo torna a ser alegre, efusivo, irónico	El gesto del rostro demuestra efusividad, seguridad, transmite contexto de persuasión e ironía. Gesto de las manos expositivo.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Aguda	Maneja una entonación plena de sumisión y tristeza	Su rostro manifiesta impotencia, tristeza y no conforme con lo que está sucediendo. Gesto de las manos expositivo.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave de hicapie	Maneja una entonación plena, alegría y efusividad y	El gesto del rostro permite ver sarcasmo efusivo. Gesto de las manos expositivo y efusivo.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave de hicapie	entonación es plena, tienen la capacidad	El gesto del rostro permite ver sarcasmo de asombro, brindan contexto seguridad, dominio.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Aguda	Maneja una entonación plena, es la capacidad de subir el	Los gestos del rostro generan humor, risas y comodidad. También de protesta. El gesto es expositivo.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	Maneja una entonación plena, es la capacidad de subir el	Los gestos del rostro y de las manos permite ver la efusividad y la comodidad de los argumentos.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	Llamativo torna a ser expositivo, efusivo, directo y de	El gesto del rostro permite ver sarcasmo efusivo. Gesto de las manos expositivo y efusivo.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	Maneja una entonación plena, es la capacidad de subir el	Los gestos representan lo expositivo de las citas y la claridad de la información.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	Maneja una entonación plena, es la capacidad de subir el	Los gestos representan lo expositivo de las citas y la claridad de la información con un enfoque de humor.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	efusiva, felicidad, todo con un enfoque de humor y	Los gestos permiten ver una modulación vocal, transmitiendo seguridad, con el fin de que el receptor conecte más.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	Maneja una entonación plena, es la capacidad de subir el	Los gestos del rostro y las manos permiten ver la inconformidad con base a la decisión del Vaticano contra la comunidad de fé
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	Maneja una entonación plena, es la capacidad de subir el	Los gestos de las manos y el rostro evidencian una posición bastante expositiva e informativa de inconformidad. Se nota bastante en desacuerdo.
registro de la voz básico, permite retroalimen	Grave	En las partes de citas, y datos el tono es alto y	El gesto del rostro y las manos evidencian una postura expositiva, y de contexto, también permite que se despierte la atención del receptor.

Fuente: elaboración propia

Figura 5. Categorización entrevistas (acerca del contexto lingüístico, narrativo y político del espacio de opinión La Pulla)

PROBLEMA		¿De qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube?	
OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍA 1 "Elemento del discurso periodístico"	VARIABLES
Indagar de qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube	Identificar el discurso periodístico que se da en el espacio de opinión La Pulla	SUBCATEGORÍA 1	<ul style="list-style-type: none"> Emisor: quién transmite la información, la fuente que intenta persuadir, cumple el papel de iniciador en el proceso y de antemano debe tener inmersas las conductas, habilidades y actitudes conseguidas anteriormente en este asunto, para poder generar un grado de credibilidad que según los autores (McGure, 1983) y (Peña Herborn, 2000), Hay dos características que se tienen muy en cuenta a la hora de ser o no ser persuadido: su atractivo y su credibilidad. Mensaje: se podría considerar como el elemento más importante en el proceso de persuasión, del mismo depende la forma, estructura y creatividad con la información que se quiere transmitir (Peña Herborn, 2000). Receptor: el receptor es el elemento a quien se pretende impactar, quien debe tomar las actitudes, comportamientos y pensamientos como propios (Peña Herborn, 2000). Código Claro: simple y eficiente lingüístico Código Directo: modo literal Código Conciso: breve y preciso Canal: medio de comunicación- Youtube
		SUBCATEGORÍA 2	<ul style="list-style-type: none"> Rango: nivel pragmático textual. En los géneros de opinión conectivos consecutivos, adversativos, aditivos, conclusivos y operadores discursivos (frecuentemente).
		SUBCATEGORÍA 1	<ul style="list-style-type: none"> Arbitrariedad: al hablar de arbitrariedad se hace referencia al vínculo que existe entre el signo y el significado y entre la forma del mensaje y su significado. Es aquel en el que dada la forma no es posible evidenciar el significado fácilmente para ninguno de los hablantes en el acto comunicativo (Pinedas Martínez, 2017). Lenguaje denotativo y connotativo: es la forma de interpretación o asignación del significado de las palabras, una ofrece información objetiva y clara, de manera literal, y la otra que busca generar sentimientos e interpretaciones en el receptor. Si se entiende que la denotación posee un significado cristalizado, fijo, como el incluido en los diccionarios, se verá a la connotación como teniendo, en cambio, un significado más socializado, más ligado a los códigos y a la subconsciencia del hablante. (Jofré, 2002).
		SUBCATEGORÍA 2	<ul style="list-style-type: none"> Signos lingüísticos simbólicos: Este signo es la unión entre un concepto o significado y una imagen (en el caso que se corresponde reciprocamente, es un mecanismo que actúa sustituyendo a las cosas de la realidad por signos que las representan, y desde el lenguaje verbal es algo que ayuda a interpretar esa realidad que se intenta nombrar por medio de las palabras (Ceballos, 2017).
Analizar el discurso periodístico que se da en La Pulla.	Analizar el discurso periodístico que se da en La Pulla.	SUBCATEGORÍA 3	<ul style="list-style-type: none"> Signos no verbales: La expresión comunicativa no verbal hace referencia a un contenido muy amplio, porque, con ella se alude a todos los signos y sistemas de signos no lingüísticos que comunican o se utilizan para comunicar. (Cebalero, 2016).
		SUBCATEGORÍA 1	<ul style="list-style-type: none"> Acros del habla: es la disciplina que estudia la naturaleza de los sonidos lingüísticos vistos en su carácter físico, es decir, sin preocuparse por la función que cumplen en la lengua estudiada. (Gleason, 1975) citado por (Benedicta Paz & Diaz Bolívar, 2015), los sonidos que produce la voz humana se pueden estudiar en conjunto a partir de diversos puntos de vista.
		SUBCATEGORÍA 2	<ul style="list-style-type: none"> Percepción de los signos: proceso de extracción de información. Percepción psicológica: se trata de una función directamente relacionada con el pensamiento y con la capacidad que tiene el hombre para simbolizar, pero esta capacidad tiene un punto de partida, los signos y códigos que se producen culturalmente. (Batrán Pérez Rojas, 2007).
		SUBCATEGORÍA 3	<ul style="list-style-type: none"> Analisis de la imagen: se realiza una relación con los saberes previos y lo que se observa en la imagen. En este paso el receptor se plantea hipótesis, identifica cada objeto y expone su relación y significado
Determinar si el contenido cumple con los parámetros que se establecen en el discurso periodístico	Determinar si el contenido cumple con los parámetros que se establecen en el discurso periodístico	SUBCATEGORÍA 1	<ul style="list-style-type: none"> Analisis de la imagen: se realiza una relación con los saberes previos y lo que se observa en la imagen. En este paso el receptor se plantea hipótesis, identifica cada objeto y expone su relación y significado
		SUBCATEGORÍA 2	<ul style="list-style-type: none"> Percepción visual: nuestra percepción permite proyectar expresión y vida en una imagen y complementarla la que no está presente con nuestra propia experiencia. Las acciones que desarrolla el espectador frente a la imagen: acciones que toma el espectador que aporta a la conducta: focalizar la atención y la exploración de izquierda a derecha.
		SUBCATEGORÍA 3	<ul style="list-style-type: none"> Retorno de la imagen: significancia de la ideología que se caracteriza por la visual. Retorno de la imagen "1964 por Roland Barthes". Quié connota y qué denota: la denotación es el sentido literal de la imagen, inmediatamente percibido. La connotación es el valor estético y artístico de la imagen, del cual nacieron otros mundos. (Quirna, 1979). La lectura denotativa se centra perfectamente en un análisis descriptivo de la realidad técnica. La connotativa será, preferentemente la interpretación que de ella se haga.
		SUBCATEGORÍA 4	<ul style="list-style-type: none"> Retorno de la imagen: significancia de la ideología que se caracteriza por la visual. Retorno de la imagen "1964 por Roland Barthes".
Indagar de qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube	Indagar de qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube	CATEGORÍA 3 Semiótica Visual	<ul style="list-style-type: none"> Descriptivo-argumentativo: el mensaje descriptivo se define como un tipo de secuencia comunicativa en la que se muestra cómo es un ser, un objeto una realidad. Desde el mensaje argumentativo se presenta una opinión razonada sobre un tema actual y controvertido para influir en la forma de pensar de quien lo ve o lo lee. (Espin, 2017).
		SUBCATEGORÍA 1	<ul style="list-style-type: none"> Tomás de apoyo: SI/NO Imagen abstracta y figurativa: se encargan de representar, y reconocer e identificar en nuestra vida diaria, así como las formas, los colores, las texturas, los rasgos, las proporciones y los detalles de nuestro entorno. (Ejemplo de esto en la pintura, la arquitectura, el cine. (Vega, 2011, pág. 1). Formato: Plano de representación. Es el que condiciona las relaciones espaciales de los componentes de una imagen, principalmente de la forma, el tamaño y ubicación (Villafañe). Signo cónico: este tipo de signo facilita la sustitución que permite reconocer mediante ciertas reglas, de transformación de algunos objetos del mundo. Es un signo que mantiene con el referente una relación de representación (D'Angelo, 2004).
		SUBCATEGORÍA 2	<ul style="list-style-type: none"> Timbre: característica que viene siendo fundamental para la comunicación no verbal, dado que, permite que las personas logren captar el sonido en poca o mayor magnitud. (Blanco). Tono: es el resultado del número de vibraciones completas de las cuerdas vocales por unidad de tiempo. Es decir, el tono es la característica que nos permite identificar las emociones auditivas, si son graves, agudos o medios. (Blanco). Volumen: el volumen del sonido, se puede mostrar tanto confianza, entusiasmo, como agresividad, malos modales". Se debe tener en cuenta las características del oyente y la proximidad. (Blanco).
		SUBCATEGORÍA 3	<ul style="list-style-type: none"> Timbre: característica que viene siendo fundamental para la comunicación no verbal, dado que, permite que las personas logren captar el sonido en poca o mayor magnitud. (Blanco). Tono: es el resultado del número de vibraciones completas de las cuerdas vocales por unidad de tiempo. Es decir, el tono es la característica que nos permite identificar las emociones auditivas, si son graves, agudos o medios. (Blanco). Volumen: el volumen del sonido, se puede mostrar tanto confianza, entusiasmo, como agresividad, malos modales". Se debe tener en cuenta las características del oyente y la proximidad. (Blanco).
Indagar de qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube	Indagar de qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube	CATEGORÍA 4 Elementos paralingüísticos del lenguaje no verbal	<ul style="list-style-type: none"> Timbre: característica que viene siendo fundamental para la comunicación no verbal, dado que, permite que las personas logren captar el sonido en poca o mayor magnitud. (Blanco). Tono: es el resultado del número de vibraciones completas de las cuerdas vocales por unidad de tiempo. Es decir, el tono es la característica que nos permite identificar las emociones auditivas, si son graves, agudos o medios. (Blanco). Volumen: el volumen del sonido, se puede mostrar tanto confianza, entusiasmo, como agresividad, malos modales". Se debe tener en cuenta las características del oyente y la proximidad. (Blanco).
		SUBCATEGORÍA 1	<ul style="list-style-type: none"> Timbre: característica que viene siendo fundamental para la comunicación no verbal, dado que, permite que las personas logren captar el sonido en poca o mayor magnitud. (Blanco). Tono: es el resultado del número de vibraciones completas de las cuerdas vocales por unidad de tiempo. Es decir, el tono es la característica que nos permite identificar las emociones auditivas, si son graves, agudos o medios. (Blanco). Volumen: el volumen del sonido, se puede mostrar tanto confianza, entusiasmo, como agresividad, malos modales". Se debe tener en cuenta las características del oyente y la proximidad. (Blanco).
		SUBCATEGORÍA 2	<ul style="list-style-type: none"> Timbre: característica que viene siendo fundamental para la comunicación no verbal, dado que, permite que las personas logren captar el sonido en poca o mayor magnitud. (Blanco). Tono: es el resultado del número de vibraciones completas de las cuerdas vocales por unidad de tiempo. Es decir, el tono es la característica que nos permite identificar las emociones auditivas, si son graves, agudos o medios. (Blanco). Volumen: el volumen del sonido, se puede mostrar tanto confianza, entusiasmo, como agresividad, malos modales". Se debe tener en cuenta las características del oyente y la proximidad. (Blanco).
		SUBCATEGORÍA 3	<ul style="list-style-type: none"> Timbre: característica que viene siendo fundamental para la comunicación no verbal, dado que, permite que las personas logren captar el sonido en poca o mayor magnitud. (Blanco). Tono: es el resultado del número de vibraciones completas de las cuerdas vocales por unidad de tiempo. Es decir, el tono es la característica que nos permite identificar las emociones auditivas, si son graves, agudos o medios. (Blanco). Volumen: el volumen del sonido, se puede mostrar tanto confianza, entusiasmo, como agresividad, malos modales". Se debe tener en cuenta las características del oyente y la proximidad. (Blanco).

Fuente: elaboración propia

Figura 6. Triangulación- Ficha análisis de contenido & entrevistas

OBJETIVO GENERAL		OBJETIVOS ESPECÍFICOS		PROBLEMA	PREGUNTA				CONCLUSIONES				
					¿De qué manera es desarrollado el discurso periodístico en el espacio de opinión La Pulla emitido a través de la plataforma de YouTube?								
		FICHA DE ANÁLISIS		¿Qué opinión usted sobre el contexto narrativo y político que se emplea en el canal de opinión La Pulla a través de su plataforma de YouTube?									
		CATEGORÍA 1 "Elementos del discurso periodístico"		Entrevista 1 - Luisa María Rendón Muñoz, comunicadora y filóloga	Entrevista 2 - Cristian Coronado, periodista de la W Radio	Entrevista 3 - Ana María Ruiz, productora de la W Radio	Entrevista 4 - María Clara Calle, periodista de France 24						
		SUBCATEGORÍA 1		VARIABLES									
		<p>Emisor: quién transmite la información, la fuente que intenta persuadir, cumple el papel de iniciación en el proceso y de antemano debe tener inmersas las conductas, habilidades y actitudes congnoscidas anteriormente en este escrito, para poder generar un grado de credibilidad que según los autores (McGuire, 1969) y (Peña Herborn, 2000), Hay dos características que se tienen muy en cuenta a la hora de ser o no ser persuadidos: su atractivo y su credibilidad.</p> <p>Mensaje: se podrá considerar como el elemento más importante en el proceso de persuasión, del mismo depende la forma, estructura y creatividad con la información que se quiere transmitir (Peña Herborn, 2000)</p> <p>Receptor: el receptor es el elemento a quien se pretende impactar, quien debe tomar las actitudes, comportamientos y pensamientos como propios (Peña Herborn, 2000)</p> <p>Código Claro: simple y eficiente lingüístico</p> <p>Código Directo: modo literal</p> <p>Código Conciso: breve y preciso</p> <p>Canal: medio de comunicación: Youtube</p>		<p>Sobre el contexto narrativo y político que emplea la Pulla en su canal y en su formato, creo que es bastante pertinente, siempre tocan temas de actualidad, sobre todo política, muy importantes para el país.</p> <p>Por ejemplo, en épocas de elecciones los hemos visto, hacer videos sobre las distintas propuestas de los candidatos.</p> <p>Claramente es muy fieles a su estilo y desde una perspectiva muy diferente. No es un canal que para informarse, sobre todo lo que sucede en la política, pero sí sobre algunos temas puntuales, dan profundizan bastante y dan una visión bastante interesante.</p> <p>Un hecho que si me llamó la atención fue cuando en las elecciones presidenciales pasadas, hicieron varios videos para no votar sobre no</p>		<p>Teniendo en cuenta que nunca se ha vendido como un canal imparcial creo que su trabajo es bastante adecuado. la línea editorial que manejan es clara y la importancia que han tomado dentro de la población es alta. Es un formato válido teniendo en cuenta que expresan sus puntos de vista de manera directa y no buscando disimularlos. Desde mi punto de vista me parece muy valioso que acercaron a la población joven al debate político de una manera muy efectiva en un momento donde no era tan claro ese interés y era muy necesario.</p>		<p>Yo creo que narrativamente tiene un lenguaje muy atractivo que claramente le llega muy bien a los jóvenes. Emplea un lenguaje simple, muy conversado, muy dinámico, con una postura obviamente muy clara, es decir, es un programa de opinión 100% y muestra su opinión.</p> <p>Y, a través de ese lenguaje, no sólo verbal, sino también visual, es un lenguaje muy rápido, muy movido, con planos que duran muy pocos segundos, que combinan diferentes imágenes diferentes ediciones, cambian de colores demás. Eso hace que el video sea muy activo y en ese sentido es bastante atractivo, sobre todo como para los jóvenes.</p> <p>Políticamente hablando yo siento que la Pulla, pero pues esto ya es mi opinión muy personal. Yo creo que el plus que tiene la pulla es que llega a ese a ese público joven.</p>		<p>Los entrevistados coinciden en que el contexto narrativo que emplea el canal de opinión La PULLA en su plataforma de Youtube es bastante pertinente, el lenguaje es muy descriptivo, por otro lado exponen que su llamada a la acción bastante atractiva, en el cual deja ver un formato claro, con una postura de los exponentes bastante amplia, ya que, dan una visión diferente al medio tradicional que siempre se ha conocido.</p>			
		SUBCATEGORÍA 2		VARIABLES									
		<p>Rangos Lingüísticos: son las herramientas o recursos de los que se sirve la lengua para cumplir con sus propios propósitos comunicativos, es decir, aquellos elementos que caracterizan un tipo de texto en relación a lo que se quiere expresar con él.</p> <p>Rangos nivel pragmático textual: En los géneros de opinión conectores consecutivos, adversativos, aditivos, conclusivos y operadores discursivos (frecuentemente)</p>											
		CATEGORÍA 2 - Pragmática semántica		¿Considera usted que el manejo lingüístico empleado por los periodistas es adecuado teniendo en cuenta la estructura que combina información y opinión?									
		SUBCATEGORÍA 1		VARIABLES									
		<p>Exposición del lenguaje: es el modo como se organiza el discurso en un texto.</p> <p>Lenguaje verbal: permite expresar los pensamientos.</p> <p>Lenguaje no verbal: permite comunicar los sentimientos que el hablante quiere transmitir.</p> <p>Acto del habla: la percepción es una experiencia personal, la cual para cada sujeto la información.</p> <p>Percepción psicológica: se trata de una función directamente relacionada con</p>		<p>Si, si es adecuado. El formato más "juvenil" les permite salirse de los estereotipos de cómo se debe transmitir la información. Es claro que sigue siendo periodismo investigativo, pero si no es necesario que utilicen palabras rimbombantes para</p>		<p>Creo que es adecuado teniendo en cuenta el tipo de formato que manejan y la fluidez que tiene el mismo. En mi opinión, si se va a opinar sobre un tema en un video al que tiene acceso toda la población con internet se debe contextualizar para</p>		<p>Yo estoy un poco en desacuerdo en combinar información con opinión. Si bien uno para dar su opinión debe argumentarla y la argumentación viene de la información de los datos de la reportera.</p> <p>Yo no estoy de acuerdo que pueda funcionar mucho esto, o</p>		<p>El manejo lingüístico empleado por los periodistas, según los tres primeros entrevistados es adecuado y juvenil, manejan la fluidez del mismo, lo cual permite que se salgan de los estereotipos y que en la originalidad del</p>			
		SUBCATEGORÍA 2		VARIABLES									
		<p>Acto del habla: la percepción es una experiencia personal, la cual para cada sujeto la información.</p> <p>Percepción psicológica: se trata de una función directamente relacionada con</p>											
		CATEGORÍA 3 - Semiótica Visual		¿Cree usted que el contenido emitido por el canal de opinión La Pulla rompe con el esquema tradicional del discurso periodístico? ¿Cuáles serían las razones?									
		SUBCATEGORÍA 1		VARIABLES									
		<p>Algunos signos: "El signo visual se refiere a una imagen que se representa una cosa o un concepto."</p> <p>Percepción visual: nuestra capacidad de captar y comprender los estímulos visuales.</p> <p>Retorno de la imagen: es un concepto de la ideología que se caracteriza por lo visual. Retórica de la imagen "1964 por Roland Barthes".</p>		<p>Los rompe todos. Primero, el lenguaje y los recursos lingüísticos son más fáciles de entender. Sin embargo, esto no quiere decir que se deje de cumplir con la premisa de informar a las personas y de seguir respondiendo a las mismas preguntas como el cómo, el por qué, el dónde y el para qué.</p> <p>Por otro lado, el nivel de investigación de los programas es arduo, por lo que yo no lo dejaría sólo como periodismo de opinión, aunque claramente dejan ver sus posturas.</p> <p>Y, por último, yo lo más importante, es que ellos se adaptaron a las necesidades que la gente promedio tiene de informarse. Ya las columnas impresas y dietéticas solían</p>		<p>Yo pienso que si, yo pienso que la Pulla a nota bastantes paradigmas y sobre todo esquemas de lo que es el discurso tradicional periodístico, no tanto desde los temas que toca, porque pues si uno mira el canal de YouTube de la Pulla, pues son temas que otros medios también están tratando, sino desde la perspectiva desde la cual lo hace y también el lenguaje que utiliza y sobre todo que lo hace a través de un personaje con el cual es bastante fácil empatizar.</p> <p>Muchas veces hay una brecha entre el periodista y la persona que consume el contenido, la persona del común, pero viendo uno a un personaje como la Pulla es bastante fácil empatizar porque bueno, la Pulla es un personaje que está enojado, embarracado con lo que sucede en Colombia y así somos muchos de los colombianos, es bastante</p>		<p>Si, fueron pioneros en Colombia hacer periodismo de opinión de manera distinta a la tradicional por medio de las videocolumnas enfocadas hacia un público joven. A partir de la Pulla se crearon más canales similares que buscan utilizar la indignación colectiva como un gancho a la información que transmiten y el punto de vista que quieren compartir. Utilizaron y siguen utilizando las nuevas herramientas que dan las redes sociales de una manera bastante positiva, y teniendo en cuenta que nacieron en este nuevo formato y no se adaptaron al mismo creo que su contenido y sus formas son las adecuadas dentro de lo que buscan hacer y lo que quieren mostrar.</p>		<p>Yo creo que no, no es que rompa con el lenguaje periodístico tradicional. Es que rompe con un lenguaje más formal, porque la Pulla es un lenguaje sumamente informal y ahí está su plus y su gancho para atraer a nuevos públicos.</p> <p>Yo lo que te decía tanto verbal como gráfico y visual, entonces, si hay novedades en ese lenguaje mucho más tranquilo, mucho más informal, mucho más directo que dice sus opiniones, eh también como uno las dirían conversando y hablando y también como con el calor de la rabia y la indignación, normalmente una columna de opinión escrita no se muestra tanto esa indignación y no se muestra tanto esos sentimientos en la Pulla sí, y yo creo que eso es lo que le gusta al público que lo ve y es que siente que toma una postura un medio de</p>		<p>Los entrevistados no poseen una visión de conjunto respecto a si La Pulla rompe con el esquema tradicional del discurso periodístico. Los tres primeros entrevistados exponen un rol rotundo, puesto que, a pesar de que su lenguaje es informal informan (el interés en la era digital y que el formato en video fue perfecto) bajo niveles altos de investigación y a su vez, rompe varios paradigmas. Por otro lado, el cuarto entrevistado no cree que el esquema tradicional periodístico, porque, rompe con un lenguaje más formal y tiene un lenguaje particular, lo que es más novedoso que otros.</p>	
		SUBCATEGORÍA 2		VARIABLES									
		<p>Patrones Kinésicos: los patrones kinésicos se comprenden a partir de la reorientación cara a cara que se tiene con las personas, lo que quiere decir que, aportan estabilidad a una configuración simbólica del mensaje transmitido y recibido. (PALAOS PINZO & NIÑO MORENO, 2019)</p> <p>Gestos: son aquella gestualidad generada como un proceso emocional que responde a la situación, por lo que, refuerzan el mensaje verbal. (PALAOS PINZO & NIÑO MORENO, 2019) son esto gestos lo que generan una notoria retroalimentación entre el emisor y el receptor, ya que, permiten una máxima expresividad.</p>											

Fuente: elaboración propia

4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL

4.2.1 El discurso periodístico emitido en el espacio de opinión La Pulla en YouTube y sus características

4.2.1.1 Elementos del discurso periodístico

Tal como se mencionó hacia el principio de este apartado, se analizaron 14 vídeos sobre diversos temas emitidos por el canal de YouTube. Estos videos se analizaron de acuerdo con las categorías consideradas en el marco teórico de la investigación, de lo que resultaron cuatro categorías de estudio. La primera de ellas se relaciona con los elementos propios del discurso periodístico, a saber, emisor, mensaje, receptor, código claro, código directo, código conciso y canal.

De acuerdo con lo anterior, pudo inferirse que el emisor, en este caso la periodista María Paulina Baena de La Pulla, hizo uso del sarcasmo, la sátira y los eufemismos para emitir su mensaje, algo que resulta característico de este espacio de opinión sin importar el tema que se trate en los videos. No obstante, en algunos temas controversiales o delicados la periodista hizo uso de la sensibilidad para dar su discurso, como el caso del video que trató sobre el asesinato de los líderes sociales.

Otras de las características relacionadas con los elementos del discurso periodístico tienen que ver con los códigos utilizados. En este caso, se identificó un lenguaje claro en el discurso de la periodista, quién en ocasiones utilizaba entonaciones sarcásticas o graciosas para amenizar el discurso y mantener la atención. De igual modo, en los vídeos analizados se pudo constatar una ardua investigación respecto a los temas tratados, como fue por ejemplo el caso de los procesos políticos del alcalde de Cali que ha llevado a cabo en su ciudad.

De esta manera, y a partir de los elementos del discurso periodístico, pudo evidenciarse el uso del lenguaje claro y preciso por parte de los periodistas, así como el empleo de sátiras, eufemismos o sarcasmos como forma de llamar la atención de los espectadores acerca de temas de gran relevancia para la política y la sociedad colombiana. Cabe anotar que el hecho de que este espacio sea emitido en una plataforma como YouTube permite en primera instancia que se trate de una videocolumna altamente neutral e imparcial, aunque haga parte de los contenidos producidos por El Espectador.

4.2.1.2 Pragmática- Semántica

En cuanto a la pragmática- semántica analizada en las videocolumnas, se pudo establecer que, por ejemplo, la periodista María Paulina Baena empleó un lenguaje denotativo y, además, hay algunas partes de los videos en los que informan sin ambigüedades, como es el caso de las masacres a líderes sociales y los asesinatos que se cometieron en contra de los excombatientes de las FARC. En este sentido, su intención fue informar desde el pesimismo generado por la situación, a diferencia de otros medios de comunicación tradicionales en los que informan este tipo de noticias con eufemismos.

Por otra parte, y respecto a los signos lingüísticos simbólicos, María Paulina Baena empleó exclamaciones para enfocar el mensaje y centrar la atención en un tema específico como en el caso del castrochavismo (video del 14 de enero de 2021). A su vez, se evidencia el pesimismo y el sarcasmo como elementos característicos de estas videocolumnas, sin que esto signifique una disminución en la objetividad. Además, y frente a la percepción psicológica, una de las características de este espacio de opinión es, en términos coloquiales, la crudeza con la que se narran algunos temas controversiales. Por ejemplo, en el video sobre los fracasos del gobierno de Duque (21 de abril de 2021), los periodistas describen como el pueblo colombiano ya no

confía ni en el gobierno ni en las Fuerzas Militares, así como la preocupación por la falta de empatía estatal y el aumento exponencial de las masacres en el país. Todo lo anterior permite inferir que otras de las características de La Pulla son el cuestionamiento y la imparcialidad.

4.2.1.3 Semiótica Visual

Frente a esta categoría una de las primeras características que resaltan tiene que ver con el hecho de que las imágenes figurativas usadas en la construcción del discurso hacen referencia al tema tratado y representa cada tema expuesto por la periodista, inclusive si se trata de bromas o, una vez más, imágenes sarcásticas. De igual forma, se puede evidenciar un guión debidamente construido para cada videocolumna. Por ejemplo, en el video sobre Rappi (21 de enero de 2021), el guión se construyó de la siguiente manera a) ¿Qué es Rappi?; b) ¿Cómo surge Rappi?; c) trabajar en Rappi; d) ser rappitiendero; e) las injusticias de Rappi con sus rappitienderos; f) beneficios y obligaciones de ser rappitiendero; g) bloqueos en la aplicación y finalmente, h) regulaciones y caracterización de la plataforma.

Este factor particular puede ser destacado, pues aunque la organización del guión no es algo explícito, sí contribuye a presentar adecuadamente la información, pasando de lo básico, siguiendo con las características del tema u objeto de análisis y terminando propiamente en la problemática, algo que posibilita que la información sea más fácilmente asimilada por los espectadores.

En otro orden de ideas, un factor por resaltar tiene que ver con los espectadores, quienes al final de cuentas dan sentido a ese espacio de opinión y permiten que sigan realizándose videos para ser transmitidos en YouTube. En este sentido, al observar los 14 videos en el rango de fechas especificado se pudo evidenciar que los espectadores cumplen con un papel muy

relevante, pues no se trata de objetos pasivos que asimilan la información sin cuestionarla, sino que, por el contrario, son participantes activos que hacen preguntas, solicitan más información e, incluso, emiten su propia opinión acerca de los temas tratados. Cabe destacar, además, que la audiencia de La Pulla en YouTube está compuesta en su mayoría por jóvenes adultos y adolescentes, quienes son también los principales usuarios de este tipo de plataformas. Dados los niveles de audiencia de este canal, es posible afirmar que en la actualidad la población joven del país está interesada en los temas más importantes sobre política, cultura, economía o sociedad.

4.2.1.4 Elementos paralingüísticos de la comunicación no verbal

Por último, acerca a los elementos paralingüísticos de la comunicación no verbal, uno de varios aspectos que más resaltan tiene que ver con el carácter expositivo de las videocolumnas a partir de gestos específicos en el rostro de los periodistas que regulan la interacción para ofrecer seguridad. En ese caso, el gesto con las manos es un elemento más que contribuye a mantener la concentración de los espectadores.

De igual forma, elementos característicos como el sarcasmo o el pesimismo son también reforzados por los gestos faciales y con las manos de la periodista, siendo también una muestra de seguridad, explosividad y dominio del tema. En ese orden de ideas, puede evidenciarse que los periodistas emplean todos los recursos con los que cuentan —sean textuales o no— para lograr transmitir el mensaje que pretenden. Más aún, los periodistas emplean todos los elementos característicos del discurso periodístico captando la atención de sus espectadores y que estos puedan adquirir consciencia frente a algunas de las principales problemáticas del país. El objetivo de este espacio de opinión consiste en mostrar información importante de la manera más neutral posible y gracias a estos elementos mencionados, puede afirmarse que lo logran con un alto porcentaje de éxito.

4.2.2 El espacio de opinión de La Pulla desde la perspectiva teórica del discurso periodístico y los elementos del lenguaje

Como se pudo observar en el acápite anterior, para la categorización del análisis de las videocolumnas de opinión de La Pulla en YouTube se partió de los diferentes postulados teóricos relacionados con el discurso periodístico y los elementos del lenguaje inmersos en él. Así, para llevar a cabo dicho análisis se dividió la matriz categorial en cuatro grandes categorías: elementos del discurso periodístico (esquema comunicativo y rasgos lingüísticos); pragmática-semántica (elementos del lenguaje, fonética y actos del habla); semiótica visual (análisis y percepción de la imagen, análisis visual) y elementos paralingüísticos de la comunicación no verbal.

Tales categorizaciones no son gratuitas, pues obedecen a los diferentes postulados teóricos que distintos autores han esgrimido acerca de la naturaleza, a su vez del lenguaje y también la relación con el discurso periodístico Jakobson (1985); McGuire (1969); Chomsky (1979). Por ejemplo, de acuerdo con la lingüística funcional de Jakobson (1985), con el emisor se visualizan las funciones representativas (informar), apelativas (convencer) y la función poética. En ese sentido, y en relación con los medios y el discurso, el emisor es el propietario de la información y se ve reflejado en las figuras de las agencias informativas, quienes seleccionan la información y en el periodista, quien que redacta y elabora la información.

Al respecto, es posible afirmar que María Paulina Baena, columnista de La Pulla, cumple a cabalidad con el papel del emisor teorizado por Jakobson (1985). No obstante, aunque no pueden ser catalogados como grandes medios de comunicación, sí es posible afirmar que dicho espacio posee una gran cantidad de adeptos, lo que les permitiría manejar la información según su conveniencia.

Entretanto, y en cuanto al mensaje como elemento esencial del lenguaje, Peña (2000) adujo que dicho elemento es quizá el más importante en el proceso de persuasión, pues de este depende la estructura y recopilación de la información que se quiere transmitir. Así, todo mensaje debe ser fácilmente interpretado por el receptor, pues al emitirse un mensaje complejo difícilmente se logre el éxito en tanto solo algunos podrán decodificarlo. Sin embargo, a mayor simplicidad del mensaje, mayor alcance y decodificaciones se pueden obtener Peña (2000).

Por otra parte, Itziar Fernández (2004) argumentaron que la persuasión del discurso puede depender de la forma del lenguaje que utilice el hablante, el uso de calificadores o preguntas pueden reducir la credibilidad del mensaje; mientras que, usar intensificadores y buena educación pueden aumentar la credibilidad. En ese orden de ideas, es posible inferir que, en efecto, el espacio de opinión de La Pulla cumple con el objetivo de emitir un mensaje claro y fácilmente comprensible, pues según lo observado en las videocolumnas, su lenguaje es claro y sencillo aunque se traten temas altamente complejos no conocidos por todos. Asimismo, los columnistas que hacen parte de este espacio emplean otras alternativas para llegar al receptor y que su mensaje sea plenamente comprendido.

En general, puede afirmarse que el espacio de opinión de La Pulla refleja a cabalidad los postulados teóricos sobre el lenguaje y los elementos del discurso periodístico, pues sus columnistas emplean todos los recursos disponibles, tanto los que se refieren al lenguaje hablado como aquellos que aluden a la comunicación no verbal (la kinesia, el uso del sarcasmo y la ironía, las posturas y los gestos verbales). De igual modo, es importante resaltar que La Pulla refleja lo afirmado por Cao Fernández (2017) sobre la prevalencia de YouTube como plataforma inclusiva para emitir información independiente y como sujeto activo de comunicación, pues, en

efecto, La Pulla refuerza tal idea al ser un espacio para el cuestionamiento y la crítica argumentada emitida por los medios comunicativos oficiales.

4.2.3 Consideraciones acerca del contexto lingüístico, narrativo y político del espacio de opinión La Pulla

Otro de los objetivos planteados, está relacionado con analizar el contexto narrativo y político de estas videocolumnas de opinión a partir de los elementos del lenguaje y del análisis de contenido en el enfoque del ciberperiodismo y de los medios comunicacionales. Para esto, se entrevistaron a cuatro personas vinculadas con el periodismo o con sectores afines a las cuales se les hizo tres preguntas relacionadas con este tema. Las preguntas fueron: 1. ¿Qué opina usted sobre el contexto narrativo y político que se emplea en el canal de opinión La Pulla a través de su plataforma de YouTube?; 2. ¿Considera usted que el manejo lingüístico empleado por los periodistas es adecuado teniendo en cuenta la estructura que combina información y opinión?; 3. ¿Cree usted que el contenido emitido por el canal de opinión La Pulla rompe con el esquema tradicional del discurso periodístico?, ¿Cuáles serían las razones?

Al respecto, buena parte de las personas entrevistadas coincidieron en afirmar que, en efecto, La Pulla no pasa desapercibida, y que independiente de los amores u odios que genere, esta videocolumna de aparición relativamente reciente ha llamado la atención de diversos sectores de la población respecto a cómo se está haciendo periodismo en la actualidad. Por ejemplo, Luisa María Rendón Muñoz, comunicadora y filóloga que trabajó en el Espectador, afirmó lo siguiente respecto a cómo ha innovado La Pulla en el ámbito periodístico:

Los rompe todos. Primero, el lenguaje y los recursos lingüísticos son más fáciles de entender. Sin embargo, esto no quiere decir que se deje de cumplir con la premisa de informar a

las personas y de seguir respondiendo a las mismas preguntas como el cómo, el por qué, el dónde y el para qué.

Por otro lado, el nivel de investigación de los programas es arduo, por lo que yo no lo dejaría solo como periodismo de opinión, aunque claramente dejen ver sus posturas. Y por último, y lo más importante, es que ellos se adaptaron a las necesidades que la gente promedio tiene de informarse. Ya las columnas impresas y digitales solo les interesan a algunos, en cambio, el formato en video fue perfecto para dar a conocer estos temas, (L. Muñoz, comunicación personal).

Lo primero que llama la atención de esta respuesta es la aparente desactualización que padecen los medios de comunicación tradicionales, pues como bien lo señaló esta comunicadora y filóloga, las columnas impresas ya no poseen el mismo impacto que a principio del siglo XX, máxime cuando en la actualidad buena parte de la población puede acceder a diversos blogs informativos, videos de opinión y otros medios de comunicación independientes sin necesidad de pagar de más y garantizado de buena medida la imparcialidad, algo que no poseen los grandes medios tradicionalistas. En ese sentido, puede afirmarse que este espacio de opinión desempeña un papel político relevante en el país.

Ahora bien, y frente a la primera pregunta sobre el contexto narrativo y político empleado por La Pulla, Cristian Coronado, periodista de la W Radio, señaló:

Sobre el contexto narrativo y político que emplea La Pulla en su canal y en su formato, creo que es bastante pertinente, siempre tocan temas de actualidad, sobre todo política, muy importantes para el país, Por, ejemplo, en época de elecciones los hemos visto, hacer vídeos sobre las distintas propuestas de los candidatos.

Claramente, es [sic] muy fieles a su estilo y desde una perspectiva muy diferente. No es un canal pues para informarse, sobre todo lo que sucede en la política, pero sí sobre algunos temas puntuales, profundizan bastante y dan una visión bastante interesante. Un hecho que sí me llamó la atención fue cuando en las elecciones presidenciales pasadas, hicieron varios vídeos para no votar sobre no votar [sic] por algunos candidatos. De hecho, creo que lo hicieron para todos, pero no hicieron uno para el candidato Fajardo. Y eso llamó la atención en su momento, pero pues al ser un formato de opinión, creo que pues se pueden permitir ese tipo de licencias.

Pero de resto, creo que sí ha utilizado, han tocado temas muy pertinentes e incluso los he visto tocar temas más allá de la política, también medioambientales, lo cual me parece muy importante, así que bueno, La Pulla siempre ha estado ligada a lo que está sucediendo en el país y siempre da una visión diferente a lo que dan los medios en sus formatos tradicionales. (C. Coronado, comunicación personal).

La postura de Cristian Coronado concuerda con la señalada por Luisa María Muñoz en cuanto a la pertinencia de La Pulla como medio alternativo para informarse sobre temas de actualidad política nacional. Llama la atención, sin embargo, que también se hace hincapié en el hecho de que se trata de una columna de opinión, razón por la cual no siempre es posible garantizar un 100 % de imparcialidad y que los propios periodistas también pueden tener sus posturas particulares. Sin embargo, esto no resta confiabilidad al espacio de opinión si se sabe leer con ojos críticos. Entretanto, y frente a la pregunta por el manejo lingüístico empleado en este canal, Ana María Ruiz, productora de la W Radio, expresó:

Creo que es adecuado teniendo en cuenta el tipo de formato que manejan y la fluidez que tiene el mismo. En mi opinión, si se va a opinar sobre un tema en un video al que tiene acceso toda la población con internet se debe contextualizar para entender el porqué de ese punto de

vista, ahora, es claro que si se quiere una mirada completa de un tema depende del receptor buscar más información complementaria, pero a modo de un primer acercamiento a la opinión que están dando, me parece muy válido. (A. Ruiz, comunicación personal).

Por otra parte, María Clara Calle, periodista de France 24, expresó lo siguiente respecto al contexto narrativo y político de este espacio de opinión:

¿Qué opino del contexto narrativo y político de La Pulla?

Yo creo que narrativas tiene un lenguaje muy atractivo que claramente les llega muy bien a los jóvenes. Emplea un lenguaje muy simple, muy conservado, muy charlado, con una postura obviamente muy clara, es decir, es un programa de opinión 100% y muestra su opinión.

Y, a través de ese lenguaje, no solo verbal, sino también visual, es un lenguaje muy rápido, muy movido, con planos que duran muy pocos segundos, que combinan diferentes imágenes, diferentes ediciones, cambian de colores y demás. Eso hace que el vídeo sea muy activo y en ese sentido es bastante atractivo, sobretodo como para los jóvenes. Yo siento que La Pulla, pero pues esto ya es mi opinión muy personal. Yo creo que el plus que tiene La Pulla es que llega a ese público joven. Con información que quizás ese público no tenía antes, sin embargo, no es un contenido novedoso, o sea, de hecho, La Pulla, lo que hace es recoger información que ya se había publicado antes.

La Pulla no es investigación periodística, por ejemplo, La Pulla simplemente hace como un reparto de lo que otros medios y otros periodistas han dicho y con base en eso hace su idea. Pues, y cuando digo La Pulla hablo del equipo de La Pulla, no solo María Paulina. Entonces, no es del todo novedoso en ese aspecto, como que no releva buena información, no revela

información, es solo su opinión y quizás para los jóvenes eso sea como el plus y el atractivo. (M. Calle, comunicación personal).

La opinión de María Clara resulta llamativa por cuanto hace énfasis en que el canal de La Pulla no es informativo, sino meramente de opinión. En ese sentido, para la periodista de France 24 el punto fuerte de La Pulla no está propiamente en lo que dicen o en lo que opinan, sino en su capacidad de transmitir dicha información a los jóvenes y de llegar a una gran audiencia. A ese respecto, puede afirmarse que La Pulla ha logrado lo que otros medios de comunicación no ha logrado, a saber, llevar su opinión acerca de la realidad actual de Colombia a audiencias más jóvenes que progresivamente se ve más interesadas en dicha realidad.

Esto a través de un formato fresco, sarcástico y que contribuye a mantener la atención de los espectadores. Frente a esto, puede afirmarse que dicho espacio de opinión juega hoy en día un papel muy especial, lo que quizá sea un primer paso para generar conciencia en las nuevas generaciones respecto a los sucesos más importantes de la realidad nacional.

5. CONCLUSIONES

La intención de esta investigación surge de identificar si el contenido del espacio de opinión La Pulla estaba acorde al discurso periodístico. Con base en el análisis transmitido, se puede concluir que hay una estructura conceptual y elementos paralingüísticos muy marcados que reflejan reacciones proponiendo una opinión y generando debate e interés por las situaciones que se viven en el país.

Luego de indagar, identificar, analizar y determinar el contenido periodístico de La Pulla, este cumple con el objetivo del discurso periodístico dentro de la estructura comunicativa, informativa y crítica que propone este espacio virtual para los espectadores digitales, teniendo presente que la funcionalidad del lenguaje y la intención comunicativa de los periodistas que ejercen un discurso político.

Desde el proceso investigativo realizado para indagar de qué manera es desarrollado ese discurso periodístico, se evidencia que el lenguaje y los recursos lingüísticos son fáciles de comprender cumpliendo con la premisa de informar y comunicar a las personas lo sucedido en el país y en Latinoamérica, realizando una ardua investigación de las noticias de otros medios de comunicación para llevar a cabo este espacio, en el cual se le ofrece al espectador que cuestione y reflexione sobre las realidades contextuales, ya que los periodistas posibilitan la interacción con ellos desde los mensajes en YouTube y por las otras redes sociales.

Lo anterior, genera que la comunicación como proceso natural y consciente de los seres humanos pase por un camino reflexivo a través del discurso político de los periodistas para brindar a los espectadores la oportunidad de pensarse como sujetos políticos que ejercen poder sobre las estructuras estatales y donde su opinión no solo deber ser tomada en cuenta en épocas

electorales sino constantemente, ya que desde la cotidianeidad se construyen y reconstruyen las prácticas políticas, sociales y culturales.

Retomando que el periodista está en la obligación de ser objetivo y pertinente sin importar qué tipo de periodismo sea, lo importante es ser claro, objetivo y conciso, el discurso de La Pulla, está marcado por el sarcasmo, la sátira y la reflexión política cuestionando constantemente el discurso y la estructura clásica de este.

La Pulla no es catalogado como un medio de comunicación masiva, pero se ha dado a conocer como un espacio de información sarcástico y reflexivo, con un guión más digerible y no tan estructurado periodísticamente tradicional que se encuentra en el país, lo cual atrae la atención de muchas personas que están buscando informarse de manera novedosa y que piden a la mass media reconfigurarse en la era digital.

La exploración futura de recursos digitales y exposición de la opinión aplicando figuras no tradicionales podría ser útil para encontrar más técnicas de comunicación efectiva, asertiva, interactiva y reflexiva; explorando en qué medida esto podría mejorar la forma de comunicar: ¿Será posible erradicar lo tradicional y generar posturas más críticas frente a situaciones de índole público?

REFERENCIAS

- Aguaded, I., & Martínez-Salanova Sánchez, E. (1998). *Medios, recursos y tecnología didáctica para la Formación Profesional Ocupacional*. España: Huelva .
- Aigeneren, M. (1999). Análisis de contenido: una introducción. *La Sociología En Sus Escenarios*(3), 1-52. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550>
- Barrios Rubio, A. (2014). El Comunicador en el Entorno Digital. *Cuadernos.info*(34), 165-181. doi:<http://dx.doi.org/10.7764/cdi.34.519>
- Barthes, R. (2011). *Retórica de la imagen (en La semiología)* . Obtenido de http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=71
- Beltrán Pérez Rojas, L. (2007). Aportes al objeto de estudio de la comunicación, una propuesta desde la psicología cognitiva. *Global Media Journal*, 4(8).
- Benavidez Paz, L. H., & Díaz Bolívar, J. C. (2015). *Exploración fonética y fonológica del Yurutí (variedad Consuelo del Paca en el Vaupés colombiano) y acercamiento sociolingüístico a la comunidad de hablantes*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/9617>
- Blanco Rodríguez, L. (2007). Aproximación al paralenguaje. *Hesperia: Anuario de filología hispánica*(10), 83-97.
- Botur, A. D. (1985). Notas sobre la semiótica visual. En A. D. Botur, *Notas sobre la semiótica visual* (págs. 72-74). Xochimilco: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Campos y Covarrubias, G., & Lule Martínez, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, 7(13), 45-60.
- Cao Fernández, J. (2017). *¿Plataforma social o medio de comunicación?* Obtenido de Tesis: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/20577/CaoFernandez_Judith_TFG_2017.pdf?sequence=3
- Cárdenas, V. (2017). Releyendo a Ferdinand de Saussure: El Signo Lingüístico. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy* (51), 27-38.
- Cerda Gutierrez, H. (2003). *Como elaborar proyectos* . Bogotá : Magisterio.

- Cestero, A. M. (2016). La Comunicación no verbal: propuestas metodológicas para su estudio . *Lingüística en la Red - UAH*.
- Chomsky, N., & Halle, M. (1979). *Principios de fonología generativa lingüística*. Fundamentos. Obtenido de https://issuu.com/mazzymazzy/docs/chomsky_principios_de_fonologia_generativa_completo
- Cifuentes Bulla, L., & Herrera Sánchez, L. (2018). *Periodismo digital de opinión: un estudio de caso del videoblog La Pulla durante 2016-2018*. Obtenido de Tesis: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/19134/Periodismo%20digital%20de%20opin%C3%B3n%20un%20estudio%20de%20caso%20del%20videoblog%20La%20Pulla%20durante%202016-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cifuentes-Férez, P. (2012). La semántica conceptual. En I. Ibarretxe-Antunano, A. Barcelona, & J. Valenzuela, *Lingüística Cognitiva*. Barcelona: Anthropos.
- CVC. Diccionario de términos clave de ELE. (s.f.). *Paralingüístico - Centro Virtual Cervantes*. Obtenido de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/paralinguistico.htm
- D'Angelo, M. (2006). El signo icónico como elemento tipificador en la infografía. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*(22), 31-52.
- de Enterría, J. G. (2008). *Rasgos lingüísticos caracterizadores de los escritos comerciales en español durante la segunda mitad del siglo XIX*. Obtenido de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/08/08_0385.pdf
- Díaz Noci, J., & Meso, K. (1999). *Periodismo en internet: modelos de la prensa digital*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Díaz, C. D. (2019). Las Redes Sociales y su Repercusión. *Las Redes Sociales y su Repercusión*.
- Domínguez, L., & de los Reyes, M. (s.f.). LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN EL DESARROLLO CULTURAL DE LAS. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- Galán Fajardo, E. (2006). La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. El Comisario y Hospital Central. *Revista Latina de Comunicación Social*(61), 1-10. Obtenido de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/5556/representacion_inmigrantes.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gleason, H. (1975). *Introducción a la lingüística descriptiva*. Madrid: Gredos.

- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 163-173.
- Gutiérrez Vidrio, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Comunicación y sociedad*(14), 169-198.
- Hamada, J. P. (2013). Estudios sobre el periodismo digital: ejes principales que guiaron el abordaje de la digitalización de las noticias . *Aposta Revista de Ciencias Sociales*(57), 1-20. Obtenido de <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/phamada.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la investigación quinta edición*. México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández-Sampieri, R. (2014). Selección de la muestra. En R. F.-C. Hernández-Sampieri, & P. Baptista-Lucio, *Metodología de la Investigación* (págs. 170-191). McGraw-Hill.
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill Mexico.
- Itziar Fernández, S., Ubilllos Landa, S., Zubieta, E. M., & Páez Rovira, D. (2004). *Psicología social, cultura y educación*. España: Pearson Educación.
- Jakobson, R. (1985). *Ensayos de lingüística general* . Barcelona : Planeta Agostini.
- Jofré, M. (2002). *Función de la denotación y connotación en el discurso*. Obtenido de http://web.uchile.cl/facultades/filosofia/Editorial/libros/discurso_cambio/82Jofre.pdf
- Legorburu, M. (2010). La percepción de lo abstracto. *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*(35), 105-107.
- López Estrada, R. E., & Deslauriers, J. P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *margen*(61), 1-19.
- Manzano, V. (2005). Introducción al análisis del discurso. *Introducción al análisis del discurso*, 1.
- Martínez Rebollo, M. (2012). *Teoría del periodismo*. Estado de México.
- McGuire, W. J. (1969). The nature of attitudes and attitude change mcguire 1969. En L. Festinger, & S. Schachter, *The handbook of social psychology* (págs. 136-314). New York: Academic Press.

- Meneses, J. (2019). *Introducción al análisis multivariante*. Obtenido de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/introduccion-analisis-multivariante/introduccion-analisis-multivariante.pdf>
- Morales Barba, M. A. (2008). *Transparencia y medios de comunicación*. Obtenido de <http://www.infodf.org.mx/capacitacion/publicacionesDCCT/ensayo8/ENSAYO8.pdf>
- Morales, A. (2019). *Significado de Objetividad*. Obtenido de <https://www.significados.com/objetividad/>
- Oliva Marañón, C. (2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS. *Revista de ciencias sociales*, 12.
- Orellana López, D. M., & Sánchez Gómez, M. C. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales mas usadas en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*, 24(1). Obtenido de <https://revistas.um.es/rie/article/view/97661>
- Palacios Pinzón, J. A., & Niño Moren, C. V. (2019). *Signos paralingüísticos, kinésicos y verbales en ambientes mediados y no mediados por el uso de la tecnología: comunicación interpersonal entre jóvenes universitarios en Bucaramanga*. Obtenido de Tesis: <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7077>
- Penadés Martínez, I. (2017). Arbitrariedad y motivación en las colocaciones. *RLA. Revista de lingüística teórica y aplicada*, 55(2). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48832017000200121>
- Peña Herborn, J. (2000). Dos Aproximaciones para el Análisis de la Influencia de los Medios en la Opinión Pública: Las Teorías sobre la Persuasión y la Semiótica. *Revista Mad*(2).
- Pérez Luque, M. J. (1998). *El periodismo y las nuevas tecnologías*. Pamplona : Newbook Ediciones.
- Rosales sánchez, J. J. (2015). Percepción y Experiencia. *Episteme*, 35(2), 21-36. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-43242015000200002&lng=es&tlng=es.
- Sainz, J. (2017). *Los Tipos de Textos: Descriptivo, Narrativo, Argumentativo y Expositivo*. Obtenido de <https://cursos.com/blog/tipos-textos/>
- Sánchez Benítez, G. (2009). La comunicación no verbal. *Suplementos marcoELE Revista de didáctica español lengua extranjera*(8), 1-16. Obtenido de https://marcoele.com/descargas/china/g.sanchez_comunicacionnoverbal.pdf
- Sánchez Flórez, E. P. (2020). Transformación digital en los medios. 13.

- Sánchez Sánchez, D. A. (2007). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 4(1), 67-73.
- Sánchez, L. H. (2018). *Periodismo digital de opinión: un estudio de caso del videoblog La Pulla durante 2016-2018*. Bogotá D.C.
- Santos Guerra, M. Á. (2015). *Educación para la imagen : denotación y connotación en la lectura de mensajes verboicónicos estáticos*. Obtenido de Tesis doctoral: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/52656/1/530985857X.pdf>
- Schmitt, R. (1987). La importancia de la semiótica para una pedagogía de los medios de comunicación. *Educación*(11), 127-143.
- Significados.com. (2015). *Significado de Pertinencia*. Obtenido de <https://www.significados.com/pertinencia/#:~:text=La%20pertinencia%20es%20la%20oportunidad,con%20aquello%20que%20se%20espera.>
- Taguenca Belmonte, J. A., & Vega Budar, M. d. (2012). Técnicas de investigación social - Las entrevistas abierta y semidirecta. *Nueva Época*, 1(1), 58-94.
- Talmy, L. (2000). *Toward a cognitive semantics*. London, England: The MIT Press.
- Todorov, T. (1968). *Poétique*. París: Seuil.
- Trejo Delarbre, R. (2001). Vivir en la Sociedad de la Información Orden global y dimensiones locales en el universo digital. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*(1), 1-11.
- Trillo-Domínguez, M., & Alberich-Pascual, J. (2017). Deconstrucción de los géneros periodísticos y nuevos medios: de la pirámide invertida al cubo de Rubik. *El profesional de la información*, 26(6), 1091-1099. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/download/epi.2017.nov.08/37048/>
- Universidad Nacional del Centro del Perú. (2012). *Ficha de análisis de contenido*. Obtenido de <https://walcero.files.wordpress.com/2012/08/ficha-de-anc3a1lisis-de-contenido.docx>
- Vega, I. (2011). *La Imagen Figurativa*. Obtenido de http://villaeducacion.mx/descargar.php?idtema=732&data=690da2_la-imagen-figurativa.pdf