





**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA SECCIÓN EDITORIAL PUBLICADA POR EL
PERIÓDICO EL MUNDO EN SU EDICIÓN IMPRESA DEL 1 DE FEBRERO AL 31
DE MARZO DEL AÑO 2017**

**AUTOR:
JUAN CAMILO ALZATE AGUDELO**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO
MEDELLÍN
2018**



**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA SECCIÓN EDITORIAL PUBLICADA POR EL
PERIÓDICO EL MUNDO EN SU EDICIÓN IMPRESA, DEL 1 DE FEBRERO AL
31 DE MARZO DEL AÑO 2017**

AUTOR:

JUAN CAMILO ALZATE AGUDELO

**TRABAJO EXIGIDO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
COMUNICADOR SOCIAL**

Asesora

MARÍA CECILIA GONZÁLEZ CALLEJAS

Magíster en Comunicación

Especialista en Docencia Investigativa Universitaria

Comunicadora Social

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO

MEDELLÍN

2018

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Medellín, 14 de noviembre de 2018

A mis padres que tanto se preocuparon en que yo culminara esta investigación de la manera más satisfactoria.



TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD	11
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	12
1.3 OBJETIVOS	12
1.3.1 General	12
2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL	13
2.1 ANÁLISIS DE CONTENIDO	13
2.2 MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL	17
2.3 EL USO DE LA INFERENCIA Y SUS CLASES	18
2.3.1 Análisis de contenido pragmático	19
2.3.2 Análisis de contenido semántico:	19
2.3.3 Análisis de vehículos-signos:	19
2.4 COMPONENTES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO	19
2.4.1 Elaboración de los datos:	19
2.4.2 Reducción de los datos:	20
2.4.3 Inferencia	20
2.4.4 Análisis	20
2.5 CITAS	20

2.5.1 Cita directa o textual (corta):	20
2.5.2 Cita indirecta	21
2.6 TIPOS DE DISCURSOS	21
2.6.1 Discurso narrativo:.....	21
2.6.2 Discurso argumentativo.....	21
2.6.3 Discurso informativo:	21
2.7 IDEOLOGÍA	22
2.8 ADJETIVOS	24
2.9 LAS EXCLAMACIONES (O INTERJECCIONES)	24
2.10 LAS FIGURAS RETÓRICAS	25
2.10.1 Hipérbole	25
2.10.2 Símil	25
2.10.3 Ironía	25
2.10.4 Metáfora	26
2.11 GÉNEROS DE OPINIÓN	26
2.11.1 El editorial.....	26
2.11.1.1 Sobre el concepto de opinión pública.....	27
2.11.1.2 Responsabilidad ética	28
2.11.2 El artículo	31
2.11.3 La Columna	32
2.11.4 La crítica.....	32
2.11.5 La carta al director.....	33
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.2 DELIMITACIÓN	35
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	35

3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	36
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	36
3.6 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES.....	38
3.7 PLAN DE TRABAJO	39
3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	42
4.1 TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS	42
4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	49
5. CONCLUSIONES Y DISCUSIONES	64
6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN.....	68
6.1 PRESENTACIÓN.....	68
6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	68
6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO.....	69
6.4 PRODUCTO.....	70
Cita directa o textual (corta):	75
Cita indirecta :	75
TIPOS DE DISCURSOS.....	75
Discurso narrativo:	75
Discurso argumentativo.....	75
Discurso informativo:.....	76
IDEOLOGÍA.....	76
ADJETIVOS.....	76
LAS EXCLAMACIONES (O INTERJECCIONES).....	77
LAS FIGURAS RETÓRICAS	77
Hipérbole.....	77

Símil	77
Ironía	77
Metáfora	78
GÉNEROS DE OPINIÓN	78
Sobre el concepto de opinión pública	78
Responsabilidad ética	79
El artículo	79
La Columna	80
La carta al director	82
Ruta metodológica	82
Delimitación	83
Resultados	85
CONCLUSIONES	89
DISCUSIÓN	92
REFERENCIAS	93
7. REFERENCIAS	95
8. ANEXOS	97
8.1 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	97

Título del proyecto de investigación: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA SECCIÓN EDITORIAL PUBLICADA POR EL PERIÓDICO EL MUNDO EN SU EDICIÓN IMPRESA, DEL 1 DE FEBRERO AL 31 DE MARZO DEL AÑO 2017

Línea de Investigación: Comunicación – Educación

Sublínea: Comunicación, Educación y Medios

Facultad: Comunicación, Publicidad y Diseño

Programa Académico: Comunicación Social

Palabras clave: Análisis de contenido, editorial, componente, referencia, discurso, gramática, figuras retóricas, categorías.

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

Esta investigación se realiza con el objetivo de analizar el contenido de la sección editorial publicada por el periódico El Mundo durante el periodo del 1 de febrero al 31 de marzo de 2017, con el fin de determinar la intencionalidad, comunicación y tratamiento gramatical que hace la editorial hacia ciertos fenómenos noticiosos que por intereses, son expuestos en esta sección del periódico.

Lo que se espera lograr con esta investigación es la generación de conocimiento que sirva de base, apoyo y muestra tanto para el mundo académico, como para los sectores laborales que estén en la búsqueda de información sobre análisis de medios de comunicación vista desde diferentes perspectivas.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

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

Esta investigación tiene la importancia de explicar cómo es el tratamiento de la sección editorial por parte del periódico El Mundo.

Este medio impreso presenta diversidad de contenidos, los cuáles pueden dividirse en opinión, informativos y educativos. Todos estos generarán en el receptor un sentido de crítica y a la vez de retroalimentación de acuerdo a la capacidad polisémica del lector. Un periódico informa, comunica y también educa, desde algunas de sus secciones está promoviendo la instrucción y formación de los públicos externos en ciertas disciplinas.

Como medio, El Mundo está inherentemente ligado a la actualidad y acontecer local, nacional e internacional, por consiguiente tiene la responsabilidad de informar y a su vez dar su perspectiva, que es lo que concierne a su editorial en los sucesos acaecidos y que merecen un trato excepcional, es decir, expresar su opinión a través de sus voces oficiales.

El análisis de contenido generará información que puede servir de material de investigación para estudiantes, personal extranjero y el mismo periódico, este último pudiendo ver una exploración imparcial de su posición corporativa desde una ventana exterior.

Un abanico amplio de posibilidades para públicos externos que podrán indagar sobre los principios del periódico y su visión del mundo, sirviendo como guía para futuros trabajos. Entender el fenómeno del análisis conllevará a la producción de nuevo conocimiento.

La línea comunicación- educación abarca la difusión de información así como espera una retroalimentación en el público receptor. El lector de esta investigación tendrá puesto a disposición un análisis pormenorizado de la producción de contenido de una sección específica del periódico.

La sublínea viene del hecho de determinar que es el análisis de un medio de comunicación impreso vigente, entonces aquí se enmarca en la comunicación-educación y medios, relacionándolo con el entorno y función periodística de informar, transmitir y actualizar a los públicos receptores en diferentes temas, con unos principios y políticas internas que construyen su redacción y visión del mundo. La función indiscutible del periódico es informar, transmitir, comunicar; y por diversas razones también está haciendo un ejercicio de educar.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

¿Cuál es el contenido de la sección editorial del periódico El Mundo durante el periodo comprendido entre el 1 de febrero y el 31 de marzo de 2017?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Analizar el contenido de la sección editorial del periódico El Mundo durante el periodo del 1 de febrero a 31 de marzo de 2017.

1.3.2 Específicos

- Identificar las editoriales del periódico El Mundo durante el periodo febrero-marzo de 2017.
- Categorizar la información de la sección editorial publicada por el periódico El Mundo durante el periodo del 1 de febrero al 31 de marzo de 2017.
- Examinar las editoriales desde la perspectiva del análisis del contenido.

2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

2.1 ANÁLISIS DE CONTENIDO

El análisis de contenido puede llegar a convertirse en una de las más importantes técnicas de investigación de las ciencias sociales. Procura comprender los datos, no como un conjunto de acontecimientos físicos, sino como fenómenos simbólicos, y abordar su análisis directo. En la actualidad, el análisis de contenido se encuentra, en cierto sentido, en una encrucijada. Sus raíces están en la fascinación periodística por los números, que supuestamente consigue una enunciación cuantitativa más convincente que una cualitativa¹.

En primer lugar, el análisis de contenido tiene una orientación fundamentalmente empírica, exploratoria, vinculada a fenómenos reales y de finalidad predictiva. En segundo lugar, el análisis de contenido trasciende las nociones convencionales del contenido como objeto de estudio, está estrechamente ligado a concepciones más recientes sobre los fenómenos simbólicos. Esto puede situarse dentro del contexto de una conciencia distinta acerca de la comunicación humana, de los nuevos medios de comunicación y del papel que éstos desempeñan en la transmisión de información dentro de la sociedad².

El vocablo “análisis” proviene del griego “analysis” (disolución) derivada, a su vez, de “analuein” (desatar, soltar). Por su parte, el Diccionario de la Real Academia Española (edición de 1992) define el término “análisis” primeramente como “distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos”, posteriormente, y en su segunda acepción encontramos que es el

¹ KRIPPENDORF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. 1980. p.7.

² Ibíd., p. 10.

“examen que se hace de una obra, de un escrito o de cualquier realidad susceptible de estudio intelectual”³.

El concepto de comunicación está ligado a las siguientes ideas: la idea de mensajes que son la conciencia de la naturaleza simbólico-representativa de los intercambios humanos; la idea de canales, la conciencia impone a la expresión humana la elección de un determinado medio); la idea de comunicación (la conciencia de las dependencias interpersonales, las relaciones sociales, la estructura y la estratificación social que crea, de modo subrepticio, el intercambio de información); la idea de sistema (la conciencia de las interdependencias globales y dinámicas)⁴.

“El análisis de contenido está desarrollando una metodología propia que permite al investigador programar, comunicar y evaluar críticamente un plan de investigación con independencia de sus resultados”⁵.

La primera tarea de un investigador es conocer la documentación sobre el problema que está desarrollando; por ello una fase fundamental en toda investigación es el análisis de documentos referentes al tema estudiado.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que los documentos son muy variados, teniendo que recurrir a todos aquellos que demande nuestro problema, sin más limitaciones que su pertinencia y su posibilidad de acceso (Marín Ibáñez, 1985). Su clasificación, no obstante es difícil dada su abundancia y heterogeneidad, así podemos destacar:

-Documentos impresos: libros, coma, artículos o periódicos que tienen un carácter verbal sin descuidar su valor gráfico o numérico.

-También dentro del material impreso se analizaron los libros o revistas profesionales, memorias, anuarios, prensa...En este sentido, los datos estadísticos tienen una importancia ineludible.

³ LOPEZ NOGUERO. El análisis de contenido como método de investigación [En línea].XXI, Revista de Educación, 4(2002), p.170.Universidad de Huelva. Disponible en internet: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1>

⁴ KRIPPENDORFF, Klaus. . Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.1980. p. 11.

⁵ Ibíd., p. 12.

- Documentos de carácter icónico: fotografías diapositivas, filmes.
- Documentos sonoros: discos, casetes,...
- Documentos verbo-icónicos: la televisión, el cine o el video.⁶

Los rasgos que distinguen los primeros análisis de contenidos del análisis cuantitativo de los periódicos son los siguientes: 1. muchos científicos sociales eminentes se incorporan a esta evolución proporcionando ricos marcos teóricos; 2. Se definieron, y se reconocieron en los datos correspondientes, conceptos bastante específicos, como los de actitud, estereotipo, estilo, símbolo, valor y métodos de propaganda; 3. se aplicaron al análisis herramientas estadísticas más perfectas, especialmente las procedentes de la investigación mediante encuestas y de los experimentos psicológicos; 4. Los datos provenientes del análisis de contenido pasaron a formar parte de trabajos de investigación de mayor envergadura⁷.

El análisis de contenido recibió un gran impulso gracias a la que probablemente fue su primera aplicación práctica de envergadura durante la segunda guerra mundial. Antes de la conflagración, el análisis de contenido se definía virtualmente por el uso de las comunicaciones de masas como datos para la corroboración de hipótesis científicas, campo en el cual su contribución fue importante, y por la crítica de las prácticas periodísticas. En este sentido, el análisis de la propaganda se inició como un instrumento para la identificación de los individuos que constituían fuentes de influencia "no éticas"⁸.

A finales de la década de los 50 se produjo un considerable auge del interés por la traducción automática, la preparación automática de resúmenes y los sistemas mecánicos de recuperación de información. Se desarrollaron lenguajes de computación especialmente apropiados para el procesamiento de datos literales, e

⁶ LOPEZ NOGUERO. El análisis de contenido como método de investigación [En línea].XXI, Revista de Educación, 4(2002), p.170.Universidad de Huelva. Disponible en internet: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1>

⁷ KRIPPENDORF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.1980. p.20.

⁸ ibíd., p.20.

incluso aparecieron revistas especializadas en las aplicaciones del ordenador a la psicología, las humanidades y las ciencias sociales⁹.

Se puede afirmar que el análisis del contenido ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o comunicativos. Más allá de su continuo compromiso con cuestiones psicológicas, sociológicas y políticas sustanciales, en los últimos ochenta años ha aumentado de forma exponencial el interés por el uso de esta técnica y se ha procurado establecer criterios adecuados de validez. Consideramos que esto indica una madurez cada vez mayor¹⁰.

El análisis es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto¹¹.

Como técnica, el análisis comprende procedimientos especiales para el procesamiento de datos científicos. Al igual que todas las restantes técnicas de investigación, su finalidad consiste en proporcionar conocimientos, nuevas intelecciones, una representación de los “hechos” y una guía práctica para la acción¹².

Según Berelson (1952), el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación¹³.

Para algunos investigadores el “análisis de contenido” no parece designar otra cosa que el cómputo de cualidades (palabras, atributos, colores): para otros, esa expresión sugiere la existencia de un método para “extraer” contenidos de los datos, como si estuviesen objetivamente contenidos en éstos¹⁴.

El análisis podría caracterizarse como un método de investigación del significado simbólico de los mensajes. La mayoría de los expertos en análisis de contenido

⁹ KRIPPENDORF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. 1980. p.25.

¹⁰ *Ibid.*, p.27.

¹¹ *Ibid.*, p.28.

¹² *Ibid.*, p.28

¹³ BERELSON, Bernard, citado por KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. 1980. P. 29.

¹⁴ KRIPPENDORFF. Op. cit., p.29

probablemente tengan esta idea en mente, y dicha caracterización podría parecer razonable si no fuese por dos connotaciones equívocas, por lo menos, que una buena definición debe evitar.

En primer lugar, los mensajes no tienen un único significado que necesite desplegarse. Siempre será posible contemplar los datos desde múltiples perspectivas, en especial si son de naturaleza simbólica. (...) Un mensaje es capaz de transmitir una multiplicidad de contenidos incluso a un único receptor.

En segundo lugar, no es necesario que exista coincidencia acerca de los significados. Si bien el consenso o el acuerdo intersubjetivo sobre lo que significa un mensaje simplifica enormemente el análisis de su contenido, dicho acuerdo solo existe en relación con los aspectos más obvios o “manifiestos” de las comunicaciones, o bien para unas pocas personas que comparten la misma perspectiva cultural y sociopolítica¹⁵.

Los mensajes y las comunicaciones simbólicas tratan, en general, de fenómenos distintos de aquellos que son directamente observados. El analista de contenido es también un receptor de datos, aunque probablemente difiera de manera radical de los comunicadores comunes, que quizás asignen significados de forma rutinaria e inconsciente, y sin justificación empírica¹⁶.

2.2 MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

En todo análisis de contenido debe quedar claro qué datos se analizan, de qué manera se definen y de qué población se extraen. Los datos exhiben su propia sintaxis y estructura, y se describen en función de unidades, categorías y variables, o son codificados de acuerdo con un esquema multidimensional.

Hay un marco de referencia dentro del cual puede representarse el papel que desempeña el investigador:

- Los datos tal como se comunican al analista.
- El contexto de los datos.
- La forma en que el conocimiento del analista lo obliga a dividir su realidad.

¹⁵ KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. 1980. p.30.

¹⁶ *Ibid.*, p.31

- El objetivo de un análisis de contenido.
- La inferencia como tarea intelectual básica.
- La validez como criterio supremo de éxito.¹⁷

La comunicación de la información es en una sola dirección.

En todo el análisis debe hacerse explícito el contexto con respecto al cual se analizan los datos. Si bien los datos aparecen disponibles de una manera directa, su contexto lo construye el investigador con el fin de incluir todas las condiciones circundantes, antecedentes, coexistentes o consecuentes¹⁸.

En cualquier análisis de contenido, los intereses y conocimientos del analista determinan la construcción del contexto dentro del cual realizará sus inferencias. Además, debe enunciarse con claridad la finalidad u objetivo de las inferencias. El objetivo es lo que el analista quiere conocer¹⁹.

La tarea consiste en formular inferencias, a partir de los datos, en relación con algunos aspectos de su contexto, y justificar esas inferencias en función de lo que se sabe acerca de los factores estables del sistema en cuestión. Mediante este proceso se reconocen los datos como simbólicos o como susceptibles de proporcionar información acerca de algo que le interesa al analista. Para llevar a cabo o justificar esas inferencias, el analista del contenido debe contar con relaciones relativamente estables entre los datos y el contexto, incluida la aportación de los factores mediadores²⁰.

2.3 EL USO DE LA INFERENCIA Y SUS CLASES

El análisis de contenido ocupa un lugar importante dentro de la metodología de los instrumentos de investigación. Ante todo, permite aceptar como datos comunicaciones simbólicas comparativamente no estructuradas y, en segundo lugar,

¹⁷ KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.1980. p.36.

¹⁸ *Ibíd.*, p.36

¹⁹ *Ibíd.*, p.37

²⁰ *Ibíd.*, p.38.

permite analizar fenómenos no observados directamente a través de los datos relacionados con ellos, independientemente de que intervenga o no un lenguaje.

Clasificación:

2.3.1 Análisis de contenido pragmático: procedimientos que clasifican los signos según su causa o efectos probables.

2.3.2 Análisis de contenido semántico: procedimientos que clasifican los signos de acuerdo con sus significados.

-Análisis de designaciones: proporciona la frecuencia con que se hace referencia a determinados objetos, personas, grupos o conceptos.

-Análisis de atribuciones: proporciona la frecuencia con que se remite a ciertas caracterizaciones de un objeto (por ejemplo, referencias a la deshonestidad).

-Análisis de aseveraciones: proporciona la frecuencia con que ciertos objetos son caracterizados de un modo particular, es decir, equivale aproximadamente a un análisis temático.

2.3.3 Análisis de vehículos-signos: procedimientos que clasifican el contenido de acuerdo con las propiedades sicofísicas de los signos.

El periodismo y la comunicación de masas constituyeron el origen histórico de la técnica de análisis de contenidos y sus tres finalidades principales:

-Describir las características de la comunicación, averiguando **qué** se dice, **cómo** se dice y a **quién** se dice.

- Formular inferencias en cuanto a los antecedentes de la comunicación, averiguando **por qué** se dice algo.

- Formular inferencias en cuanto a los efectos de la comunicación, averiguando **con qué efecto** se dice algo²¹.

2.4 COMPONENTES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

2.4.1 Elaboración de los datos: un dato es una unidad de información registrada en un medio duradero, que se distingue de otros datos, puede analizarse mediante técnicas explícitas y es pertinente con respecto a un problema determinado. Los datos deben transportar información, en el sentido de suministrar el nexo entre las

²¹ KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.1980. p.47.

fuentes de información y las formas simbólicas espontáneas, por un lado, y las teorías, modelos y conocimientos concernientes a su contexto, por el otro.

En el análisis de contenido, los datos emergen por lo general a partir de formas simbólicas complejas, enunciadas en un lenguaje espontáneo²².

2.4.2 Reducción de los datos: ésta se relaciona principalmente con la facilidad de los cálculos, y procura adecuar la forma de los datos disponibles a la exigida por la técnica analítica. La reducción puede ser estadística, algebraica, o tener como única finalidad la omisión de los detalles irrelevantes.

2.4.3 Inferencia: abarca todo el saber que debe poseer el analista de contenido acerca del modo en que los datos se relacionan con su contexto, saber que se verá fortalecido por el éxito de cada inferencia.

2.4.4 Análisis: se ocupa de los procesos más convencionales de identificación y representación de las pautas más notables.

2.5 CITAS

2.5.1 Cita directa o textual (corta):

“Se considera citas directas cortas si no exceden las 40 (cuarenta) palabras. Las citas textuales cortas se distinguen del texto propio porque se incorporan a la narrativa entre comillas. Se representa la cita palabra por palabra y se incluye el apellido del autor, año de publicación y la página donde aparece la cita.”²³

²² KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.1980. p.76.

²³

<https://minas.medellin.unal.edu.co/departamentos/geocienciasymedioambiente/unidaddocumentacion/2-institucional/96-cita-directa-o-textual-corta.html>

2.5.2 Cita indirecta

“Hace mención de las ideas de un autor con palabras de quien escribe. Se escribe dentro del texto, sin comillas, y el número de la referencia se escribe después del apellido del autor y antes de citar su idea.”²⁴

2.6 TIPOS DE DISCURSOS

El discurso es una serie de palabras que se expresan de forma oral y ordenada. En este se expresa aquello sobre lo que el emisor piensa y puede tener como objetivo entretener, convencer o informar. Algunos de los tipos de discursos que existen son los siguientes:

2.6.1 Discurso narrativo: este discurso expone una serie de hechos a través de una trama y argumento. El discurso narrativo si bien predomina en textos literarios, también se los puede encontrar, por ejemplo, en los noticieros. Su estructura contiene un inicio, nudo y desenlace. A lo largo de este se presenta una intriga que es la que mantiene al receptor atento ya que no se la resuelve hasta el final.

2.6.2 Discurso argumentativo: este discurso tiene la función de convencer al receptor sobre una determinada cuestión por medio de su entendimiento lógico. Para esto, los argumentos a los que acuda el emisor deben ser sustentados de manera racional, debe sonar convincente, no se debe avasallar al receptor, sino que este sienta que se transmite una verdad universal. La estructura de este tipo de discursos se compone de una tesis o idea a demostrar, que se plantea al principio, luego se exponen los argumentos y finalmente la conclusión, en la que se reafirma la idea inicial, pero con las justificaciones racionales ya expuestas.

2.6.3 Discurso informativo: este tipo de discursos, también conocidos bajo el nombre de **referencial**, transmite datos con precisión y de manera concreta provenientes de la realidad. El emisor expone su discurso de manera objetiva y

24

directa, tratando de dejar a un lado sus opiniones personales. El discurso informativo se caracteriza por el uso de la tercera persona, tiempo verbal indicativo, oraciones impersonales y en el que muchas veces se presentan conceptos técnicos.²⁵

2.7 IDEOLOGÍA

Lo primero que debemos hacer antes de empezar a desentrañar el término ideología es proceder a establecer el origen etimológico del mismo. En concreto está claro que procede del griego y está conformado por la unión de dos partículas de dicha lengua: idea, que se define como “apariencia o forma”, y el sufijo –logia, que puede traducirse como “estudio”.

La ideología es el conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, una colectividad o una época. También se trata de la doctrina filosófica centrada en el estudio del origen de las ideas.

La ideología tiende a conservar o a transformar el sistema social, económico, político o cultural existente. Cuenta con dos características principales: se trata de una representación de la sociedad y presenta un programa político. Es decir, reflexiona sobre cómo actúa la sociedad en su conjunto y, en base a eso, elabora un plan de acción para acercarse a lo que considera como la sociedad ideal.

Muchas son las ideologías políticas que han existido a lo largo de la historia, no obstante, entre las más importantes o que más huella han dejado podemos destacar las siguientes:

Fascismo. En la idea de la nación por encima del individuo, la obediencia de las masas, la concentración del poder en un individuo que ejerce como líder y en el machismo (el hombre a trabajar y la mujer a ejercer como ama de casa) se sustenta esta ideología.

²⁵ Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Tipos de discursos". Recuperado de: <http://www.tiposde.org/general/56-tipos-de-discursos/>

Nacionalismo. La nación como referente de identidad de un territorio completo es la principal seña definitoria de esta clase de ideología que puede ser de muy diverso tipo: económica, religiosa, étnica...

Liberalismo. Esta ideología política se puede definir como aquella que apuesta de manera contundente por lo que es la división de poderes del Estado, la democracia representativa, los derechos individuales de los ciudadanos y el estado de derecho. Sin olvidar tampoco lo que es la tolerancia religiosa, la igualdad entre personas y el derecho a la propiedad privada.

El anarquismo, el conservadurismo, el feminismo, el capitalismo, el comunitarismo o el ecologismo son otras de las ideologías que han adquirido más peso y presencia en el mundo.

La noción de ideología se asemeja a la de cosmovisión (Weltanschauung), aunque ésta puede referirse, además de a una cultura entera, a un individuo particular (lo que no puede hacerse con la ideología, ya que no existe una ideología que pertenezca a una sola persona).

El término ideología fue acuñado por Destutt de Tracy para denominar a la ciencia que estudia las ideas y las relaciones entre los signos que las expresan. Más adelante, Karl Marx transformó a la ideología en el conjunto de ideas cuya relación con la realidad es menos importante que su objetivo (evitar que los oprimidos perciban su estado de opresión). Por eso Marx afirma que la ideología genera una falsa conciencia sobre las condiciones materiales de existencia del hombre. En este sentido, la ideología es una herramienta de control social para despojar al ser humano de su libertad, transformándolo en parte de una masa manipulable²⁶.

²⁶ Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2008.
Definicion.de: Definición de ideología (<https://definicion.de/ideologia/>)

2.8 ADJETIVOS

(...) acompañan a un sustantivo para calificarlo o para limitar su campo de influencia. Pero todos añaden valor y significado al nombre (por eso se llaman adjetivos: *adjectivus* procedía del *adicio*, en latín “añadir”).

Y los que limitan el significado del nombre se llaman... ¿cómo se llaman?...Pues no... No, no se llaman “delimitativos”, sino determinativos. (En realidad, porque determinan la extensión del nombre; es decir, limitan su significado)²⁷.

2.9 LAS EXCLAMACIONES (O INTERJECCIONES)

Las interjecciones son unos granos que le salen a la frase, que aumentan su relieve en un punto determinado y que interrumpen el normal desarrollo de su piel.

¡Qué sería de nosotros sin las exclamaciones! O de las interjecciones, que es como se denominan entre gramáticos las exclamaciones, término aquél que procede del latín *interiectio*, “intercalación”. Y en efecto, las exclamaciones suelen intercalarse en el discurso, porque no pueden concordar con las demás palabras. Aparecen ahí en medio, para mostrar asombro, molestia, alegría, euforia, amor, dolor²⁸...

En español usamos algunas interjecciones que sólo pueden ser eso: *eh, oh, ah, bah* (con la original hache muda al final de palabra, que ayuda a interpretar correctamente estas palabras y en ocasiones las diferencia de otras homófonas), *hey, ay, uff, caramba*... Ninguno de esos vocablos significa otra cosa. De hecho, no significan nada. Pero también puede ser interjección cualquier otro término, dotado de

²⁷ GRIJELMO, Álex. La Gramática Descomplicada.2008.P. 111

²⁸ *Ibid.*,p.319

funciones diferentes en el idioma: *¡Demonios!, ¡leche!, ¡vaya!...* Como las malsonantes *¡joder!, ¡cojones!, ¡coño!, ¡carajo!*²⁹

2.10 LAS FIGURAS RETÓRICAS

Las Figuras retóricas o Figuras literarias son mecanismos que alteran el uso normal del lenguaje con el fin de obtener un efecto estilístico.

Las Figuras retóricas ayudan a captar la atención, sorprenden por su originalidad y poseen un gran poder sugerente y persuasivo permitiendo una comunicación más eficaz. Las Figuras retóricas no solamente se emplean en el lenguaje literario sino también en el periodístico, el publicitario y el político entre otros.

2.10.1 Hipérbole

La Hipérbole es una figura retórica que consiste en exagerar la realidad.

Esta figura no busca ser tomada literalmente, ya que resultaría poco probable o imposible, sino que su finalidad es captar la atención, enfatizar una idea que se quiere transmitir y conseguir una mayor fuerza expresiva.

2.10.2 Símil

El Símil (o comparación) es una figura retórica que consiste en comparar un término real con otro imaginario que se le asemeje en alguna cualidad.

Su estructura contiene los adverbios “como”, tal como, “cuales” o similares.

Un Símil se diferencia de una metáfora en que tiene estructura de comparación

- Sus manos son suaves como el terciopelo → es un Símil
- Sus manos de terciopelo → es una metáfora

2.10.3 Ironía

La ironía es una figura retórica que consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice: burlarse de un calvo llamándole "peludo".

²⁹ GRIJELMO, Álex. La Gramática Descomplicada.2008. p.320

La Ironía es una figura intencional perteneciente al grupo de figuras de pensamiento. Etimológicamente procede del griego "eirōneía" (ignorancia fingida). La Ironía utiliza un tono de expresión a menudo burlesco.

2.10.4 Metáfora

La Metáfora es una figura retórica que consiste en identificar un término real (R) con otro imaginario (I) existiendo entre ambos una relación de semejanza:

-*Tus cabellos de oro*: el término real "cabellos" se asemeja al imaginario "oro" por su color dorado (rubio).

La Metáfora es una poderosa herramienta que enriquece la expresividad y además permite transmitir ideas complejas en pocas palabras:

En el anterior ejemplo se transmite lo embelesado que está el autor con la belleza de los cabellos rubios de su amada a los cuales compara en valor con el oro³⁰.

2.11 GÉNEROS DE OPINIÓN

2.1 1.1 El editorial

“La mayoría de los diarios publican cotidianamente en una página y lugar fijos, un artículo que llaman “editorial”. Por lo general va colocado debajo del título y razón social de la empresa editora y compuesta en tipografía distinta al resto de las columnas del periódico. Es allí donde se ejercita lo que un famoso escritor inglés llamó “El mágico nosotros de tan enorme poder...”³¹

³⁰ Retoricas.com (2018). "Ejemplos de Metáfora". Recuperado de:
<https://www.retoricas.com/2009/06/15-ejemplos-de-metafora.html>

³¹ GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Ecuador. 1982. P. 235.

“El editorial propiamente dicho, es decir, aquella columna de opinión explícita, es sólo una unidad de la “opinión total” del diario representada por la totalidad de la llamada: página editorial.”³²

Bartolomé Mostaza, editorialista español de “Ya” escribía en los años 50: “Más que una sección (...) los editoriales son una de las tres dimensiones básicas del periodismo: la dimensión de profundidad. La que, precisamente, da al periodismo autoridad y consistencia y jerarquiza en planos su contenido. Sin editoriales, el periódico quedaría reducido a mera superficie; no sería el cuerpo de la actualidad, sería su espectro (...) La noticia da el parte diario de lo sucedido; el editorial interpreta el “sentido” de ese parte o previene lo que en las profundidades de la colectividad humana se está fraguando o va a estallar de un momento a otro.”³³

2.11.1.1 Sobre el concepto de opinión pública

“Opinión pública” significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, representativa o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y programas”³⁴.

El ámbito de comunicación de las opiniones no públicas se contrapone a la esfera de circulación de una opinión cuasi pública. Esas opiniones formales pueden reconducirse a instituciones tangibles; están oficial u oficiosamente autorizadas en calidad de comunicados, notificaciones, declaraciones, discursos, etc. De ahí que se trate primordialmente de opiniones que circulan, en un plano que escapa a la masa de la población, entre círculos relativamente reducidos de la gran prensa política, de

³² GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Ecuador. 1982. P. 240.

³³ MOSTAZA, Bartolomé. El periodismo- Teoría y práctica, Citado por GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Quito: Editorial Belén, 1982. P. 240.

³⁴ HABERMAS, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública. 1990. p. 261.

la publicista reflexiva, en general, y de los órganos consultivos, influyentes y decisorios con competencias políticas o políticamente relevantes³⁵.

Las opiniones informales se cuelan en el círculo de las opiniones casi públicas, son aprovechadas por éste y transformadas, así también consigue ese círculo mismo publicidad al ampliarse con el público constituido por los ciudadanos.

El grado de publicidad de una opinión se mide según la medida en que provenga de la publicidad interna a un público compuesto por miembros de organizaciones; y también por la magnitud que alcance la comunicación entre una publicidad interna a las organizaciones y una publicidad externa, formada en el tráfico publicitario, vehiculado por los medios de comunicación de masas, entre las organizaciones sociales y las instituciones estatales³⁶.

2.11.1.2 Responsabilidad ética

Tanto desde el punto de vista ético como jurídico, el término responsabilidad es quizás de los más esenciales y complejos, porque no sólo implica una reflexión individual, sino también una relación con los demás. En la medida en que alguien es responsable, se le puede pedir cuentas de sus actos y reparación si esos actos afectan a terceros. La reparación, en este caso, puede ser de índole moral (a través principalmente del reconocimiento del error), o jurídica (pecuniaria o aún, si bien ha cambiado un tanto en el derecho penal la teoría de ojo por ojo diente por diente y la pena tiene más sentido de rehabilitación que de castigo, un resarcimiento mediante la privación de libertad).

Esa responsabilidad entendida en términos civiles y penales tiene una larga trayectoria, que es prácticamente la historia misma de las sociedades.

En efecto, la Asociación Latinoamericana de Prensa (ALP) al definir la responsabilidad dice que es “tener conciencia del poder del instrumento que usa (el periodista)”.

En una segunda parte, el código de la ALP advierte que ser responsable es “recordar que el daño causado con él (poder) jamás puede ser reparado totalmente”.

Tiene, pues, dos dimensiones la responsabilidad:

³⁵ HABERMAS, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública.1990. p.271.

³⁶ *Ibíd.*, p. 273.

- a) La conciencia del poder.
- b) La conciencia del daño³⁷.

La información que el periodista suministra todos los días llega a la conciencia de las personas con una eficacia mayor que la de los tradicionales guías de la conciencia. Cuando un periodista informa, muestra los hechos como él los ve, o como los quiere ver, como quiere que sus lectores, los vean. En cualquier caso los receptores de su información ven los hechos guiados por él, que tiene el poder de enfocar la parte del hecho, o de las declaraciones de su entrevistado, o la etapa del proceso que él quiere señalar³⁸.

La noticia crea esperanza o desesperanza, por la naturaleza del hecho que se relata, o por la forma en que se presentan los hechos. Por tanto, de la selección de los hechos que el periodista destaca, y de la forma en que los presenta depende un efecto de esperanza o desesperanza para sus lectores³⁹.

La experiencia de los periodistas demuestra que, a la magnitud del poder que manejan, corresponde la intensidad del daño que pueden producir; y cuando se trata de repararlo nunca se logra hacerlo totalmente. En consecuencia, una conciencia del daño posible, impone el deber ético de prevenirlo con actitudes y prácticas como éstas, entre otras:

- Preguntarse sobre los efectos posibles de una información y obrar en consecuencia.
- Condenar el mal, no al malo. A éstos los condena la justicia.
- Dar voz al acusado, siempre que sea posible.
- Recordar que los criminales también tienen hijos y parientes.
- Respetar rigurosamente el derecho de toda persona a la presunción de inocencia⁴⁰.

La información, en efecto, es un bien social y no un simple producto, e impone al periodista una actuación conforme a su conciencia ética. La ética de la profesión se fundamenta en unos principios dirigidos a establecer la responsabilidad del

³⁷ HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, *Ética para periodistas*. 1991. p.296.

³⁸ *Ibíd.*, p.298.

³⁹ *Ibíd.*, p.299.

⁴⁰ *Ibíd.*, p.300.

periodista frente a la sociedad. Es pues, conducta ética elemental que el periodista responda ante la sociedad por su trabajo y sus consecuencias⁴¹.

El respeto a la libertad ajena, al orden público, al bienestar general, a la seguridad, a la protección de la salud y de la moral, son responsabilidades con las que se defiende el derecho a la libre información. Cuando esos bienes se ponen en peligro, se rompe un equilibrio y se arriesga la libertad profesional del periodista⁴². Anota Mac Bride⁴³ que: “Como cualquier otro ciudadano, el periodista debe velar para no ejercer su propia libertad de modo que vaya en detrimento de la libertad ajena. No puede eludir la responsabilidad que asume ante sus conciudadanos, y ante las demás naciones. En toda colectividad hay normas admitidas que tiene que respetar los órganos de la información y los periodistas considerados individualmente”.

Ninguna responsabilidad en medio alguno de difusión es tan pesada como la del hombre que toma las decisiones relacionadas con la publicación de las noticias. El hombre que decide qué sucesos poseen la característica de noticia es el que trabaja sobre una sólida base de experiencia periodística⁴⁴.

Si se tiene en cuenta que la información puede afectar vidas humanas, si se mide con qué intensidad se las puede alterar y de qué modo, el hecho de informar adquiere toda su trascendencia y el periodista actuará con responsabilidad, esto es, con control de las consecuencias de su trabajo⁴⁵.

La responsabilidad de los periodistas es la misma, no importa cuál sea el medio que utilicen; pero impone precauciones diferentes de acuerdo con la naturaleza del medio y del público al que llega⁴⁶.

⁴¹ HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío. Ética para periodistas. 1991. p.301.

⁴² *Ibíd.*, p.301.

⁴³ MACBRIDE, Sean. Un solo mundo, voces múltiples, Fondo de Cultura Económica, citado por HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío. Ética para periodistas. 1991. p.302.

⁴⁴ CHARNLEY, Mitchell V., Periodismo informativo, citado por HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío. Ética para periodistas. 1991. p.305.

⁴⁵ HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío. Ética para periodistas. 1991. p.306.

⁴⁶ *Ibíd.*, p.306.

Los llamados a la responsabilidad, y en particular a la responsabilidad social, se suelen a veces entender como una presión sobre la independencia del periodista. Nada menos cierto: en efecto, si como hemos visto la responsabilidad es una condición o prerrequisito de la libertad, mal puede interpretarse como una manera de coartar esa libertad sino, por el contrario, de darle su sentido pleno.⁴⁷

2.11.2 El artículo

Martínez Albertos dice que el concepto integral de artículo, sin embargo, se refiere a un comentario periodístico que sustenta los hechos noticiosos recientes. En todo caso, el fin principal no es informar al lector, sino formar su opinión sobre hechos importantes, relevantes, de la vida social.

Para saber con claridad qué hacer cuando a alguien se le encarga la tarea de redactar un artículo, la sensatez conduce a averiguar y comprender con plenitud qué es un artículo. Es obvio: imposible resulta construir algo cuya idea no ha sido concebida. De manera genérica, el artículo es cualquier texto de opinión. Pero, la acepción que se acuñen en las salas de redacción entraña un escrito de mayor extensión insertado en periódicos y otras publicaciones análogas (DRAE).

Lo representativo en este género (que abarca a sus hermanos) consiste en la posición individual ante los hechos, de los cuales se informa y se opina; y estos se enlazan para graficar un movimiento de ideas, sujetas unas a las otras con eslabones coherentes, sobre todo si los articula experto en el tema que se aborde.⁴⁸

⁴⁷ HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío. Ética para periodistas. 1991. p.311.

⁴⁸ Martínez ALBERTOS, José Luis. Redacción periodística, Citado por GARCÍA P., Víctor Manuel. Gutiérrez C., Liliana María. Manual de géneros periodísticos. Bogotá: ECOE Editores, 2011.P.188.

2.11.3 La Columna

Martín Vivaldi dice que la columna es un género periodístico que, en realidad, no es más que una especie de crónica, que de hecho puede abarcar todos los temas posibles. El “columnista”, en la práctica, es un escritor o periodista que habitualmente dispone de un espacio determinado en el periódico-la columna-para escribir, con libertad de elección, sobre temas de actualidad. La columna, como la crónica, debe ser interpretativa y valorativa de hechos noticiosos. Lo cual no impide que haya columnistas, que por su estilo, tiendan hacia el reportaje, y quienes se inclinen hacia el artículo doctrinal ensayista.⁴⁹

2.11.4 La crítica

Resulta equivocado asumir el término crítica con ese acto que conduce a entresacar los defectos del objeto que se analiza. Algo muy equivocado. Quizás en el lenguaje coloquial esa acepción encaja en los oficios de los inoficiosos, de aquellos frustrados, envidiosos, quienes por cuenta propia jamás logran superar las acciones criticadas. Posiblemente, a ello se deba en gran medida la errónea fama de los periodistas a quienes aún les falta descubrir y centrar sus tareas en valorar de manera precisa las obras humanas.

La crítica periodística, por supuesto, entraña una muestra diferente. Esta es una actividad intelectual cuyo propósito consiste en valorar las manifestaciones del espíritu concebidas en la materia, en el sonido, en la imagen. La actitud del crítico, por tanto, ha de ser ecuánime, respetuosa y precisa al momento de identificar los méritos ajenos. El periodista centrado en este empeño se imbuje en el ámbito cultural, en todo instante; conoce las realizaciones actuales artísticas y acata la conciencia de que reproduce, interpreta y propaga el arte en todas sus expresiones.

⁴⁹ MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. Géneros periodísticos, Citado por GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Quito: Editorial Belén, 1982.p. 218.

A diferencia de la reseña, donde solo se informa, aquí en la crítica, aparte de transmitir la noticia acerca de la existencia o representación de una obra, debe definirse el tema, al autor, examinar el estilo, ayudarle al lector a elegir lo mejor o lo más conveniente. Porque posee mayores elementos de juicio, cultura amplia, experiencia y dotes artísticas, se sobreentiende que un crítico distingue y comprende para orientar.

¿Cuáles serían, entonces, sus campos de acción? Integran la lista de invitados frecuentes a sus páginas la danza, el teatro, la música, la escultura, la pintura, la literatura, el cine, la gastronomía, etc.⁵⁰

2.11.5 La carta al director

Otro recurso para exponer los puntos de vista acerca de cualquier situación o hecho noticioso se evidencia en las cartas de los lectores. Esta es quizá una de las pocas opciones con que cuentan los receptores para tratar sus consideraciones a la luz pública, aparte de la labor que adelantan los defensores del lector en algunas publicaciones. Se le designa a veces como Cartas al director, pero su esencia es la misma. Sin embargo, estos comunicados, que a diario saturan las salas de redacción, se sujetan a las disposiciones y las políticas que para tal efecto originan en las empresas informativas. La edición, se dice que por cuestiones de poco espacio, debe aplicarse también a la correspondencia que se ha de publicar. No siempre en el traje final de un periódico las cartas de los lectores incluyen los datos originales. Por supuesto, el cuidado en esta tarea resulta exhaustivo para el editor. En cuanto al contenido, si se quiere destacar una imparcialidad o por lo menos un equilibrio en la carga de opiniones del paquete informativo, se recomienda incluir las posiciones ojalá contrarias a la doctrina del medio de comunicación. Ello genera

⁵⁰ GUTIÉRREZ, Juan. Periodismo de opinión, Citado por GARCÍA P., Víctor Manuel; GUTIÉRREZ C., Liliana María. Manual de géneros periodísticos. Bogotá: ECOE Editores, 2011. P. 205-206.

mayor confianza y respeto en los receptores, y permite de alguna manera la democracia en las perspectivas expuestas en torno a un hecho específico.⁵¹

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Es cuantitativo, porque garantiza la producción de conocimiento respecto a un tema determinado, en este caso el análisis del contenido de la línea editorial del periódico local El Mundo; con el propósito de examinar los editoriales para proceder luego a su interpretación desde la perspectiva del investigador, analizando el manejo de contenido inherentemente construido por múltiples posiciones éticas y políticas; con el contexto y circunstancias en que converge el artículo redactado y publicado (editorial).

La forma de utilización del lenguaje refleja las ideas y filosofías que el periódico sustenta y divulga a través de la comunicación de creencias (línea de pensamiento) y su interacción con situaciones de índole social que es a lo que va encaminado el editorial.

Los textos tienen usuarios, autores y lectores; aunque no existe una interacción y parezca más bien un proceso pasivo-receptivo. Los autores explicitan su posición social y política a fin de poner de manifiesto, desmitificar o cuestionar un suceso.

El paradigma concerniente a este trabajo de grado es el histórico-hermenéutico. La hermenéutica implica como enfoque de investigación una labor de comprender e interpretar un fenómeno o una realidad, siempre interpretándose dentro de su

⁵¹ SANTAMARÍA, Luisa. El comentario periodístico. Los géneros persuasivos, Citado por GARCÍA P., Víctor Manuel; GUTIÉRREZ C., Liliana María. Manual de géneros periodísticos. Bogotá: ECOE Editores, 2011. P.194-195.

contexto histórico y social, tratando de entender las realidades actuales y percepciones humanas.

3.2 DELIMITACIÓN

3.2.1 Sujeto: El sujeto que será analizado en esta investigación será la sección editorial del periódico El Mundo, publicada en la edición impresa durante el periodo comprendido del 1 de febrero al 31 de marzo de 2017.

3.2.2 Tiempo y Escenario: La investigación dura dos años y medio, 2016- 2018, tiempo que se considera el estimado para obtener el título de Comunicador social.

El escenario son las páginas de la editorial del periódico El Mundo de donde se desprende y a la vez nutre la información a tratar para desarrollar la presente investigación.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis se contenido se dio de acuerdo a la delimitación del sujeto.

Se opta por realizar el análisis a las editoriales del periódico El Mundo de los meses de febrero y marzo de 2017. El total de editoriales analizadas es de 18 puesto que el periódico presenta un cambio en su política de impresión y decide reducir esta a sólo los días domingo.

Se escanean para tener un respaldo digital de dichos documentos, luego se procede a sacar fotocopias, las cuales serán la mesa de trabajo, lo que se subrayará.

Se diseña una tabla con unos ítems, esta será la ficha de análisis, determinando cuáles de ellos encajaban y cuáles podría descartar por simple banalidad de acuerdo a los parámetros que se deciden seguir. Los que se establecieron fueron los más precisos de acuerdo a la sentencia del investigador.

La ficha de análisis tiene ítems que se identifican con un color, cuando se lee una editorial y se identifica algún ítem, este se subraya con el color correspondiente e inmediatamente se sube a la ficha de Excel. Si esa palabra identificada (ítem) se repite, se pone un número que aumenta a medida que aparece nuevamente.

3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se escanearon los artículos de la editorial para así tener un control exhaustivo de la información. La ficha con ítems a seguir tendrá un color identificativo para cada uno, este mismo color se utilizará en la editorial para saber a qué ítem corresponde.

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Una tabla en Excel será la guía que se irá llenando. Todas y cada una de las editoriales a analizar se demostrarán en la ficha de análisis si aplica el ítem. Imagen pantalla de la tabla en página siguiente.

ANÁLISIS DE CONTENIDO																
EDITORIALES	CITAS		FIGURAS RETÓRICAS				CIFRAS	TIPOLOGÍA TEXTUAL			ADJETIVOS CALIFICATIVOS	HAY IDEOLOGÍA	LÉXICO ESPECIALIZADO	ORACIONES EXCLAMATIVAS	DATOS HISTÓRICOS	INSTITUCIONES
	DIRECTA	INDIRECTA	HIPÉRBOLE	SÍMIL	IRONÍA	METÁFORA	CUÁLES	NARRATIVO	INFORMATIVO	ARGUMENTATIVO	CANTIDAD	CUÁLES PARTIDO	CUÁLES	CUÁLES	CUÁLES	CUÁLES
feb-01																
feb-02																
feb-03																
feb-04																
feb-05																
feb-06																
feb-07																
feb-08																
feb-09																
feb-10																
feb-11																
feb-12																
feb-19																
feb-26																
mar-05																
mar-12																
mar-19																
mar-26																

Página 1

Página 3

Página 2

Página 4



3.6 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES

El investigador decide tomar como población o universo las editoriales publicadas en los meses de febrero y marzo de 2017.

Se comenzó con la recolección de la tirada diaria de la editorial, pero cabe decir que desde la publicación del domingo 12 de febrero de 2017, El Mundo por decisiones internas decide cambiar su frecuencia de publicación y pasa a imprimir periódico sólo los días domingo quedando los seis días restantes (lunes a sábado) con publicaciones cortas de distribución gratuita y que no poseían editorial para el proceso de análisis.

Por consiguiente el número de editoriales recolectadas disminuyó en esos dos meses dando un total de muestra de 18 editoriales.



3.7 PLAN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	PERSONA	MESES														
		A16	S16	O16	E17	F17	M17	A17	M17	J17	J	A	S	O	N	D
CONFIGURACIÓN Y PUESTA EN MARCHA																
Conformación del equipo de investigación	Director del proyecto (individual)	X														
Realización de trámites administrativos (planeación)	Investigador	X	X													
Elaboración del marco teórico																
Revisión documental	Investigador		X	X			X					X				
Búsqueda de antecedentes	Investigador		X	X								X				
Elaboración de las bases teóricas de la investigación (objetivos, pregunta de investigación, planteamiento del problema, justificación, sujeto,	Investigador		X	X									X			
Consulta de textos e información	Investigador		X	X								X				
Escritura de marco teórico	Investigador			X			X					X				
Diseño metodológico																
Elaboración del diseño	Investigador							X	X			X				
Protocolización del diseño	Investigador											X				
Análisis y selección información de investigación	Investigador											X	X			
Incrustación de datos recogidos en el diseño metodológico	Investigador											X	X			
Tabulación de información	Investigador												X			



Análisis de datos obtenidos de la tabulación	Investigador									X	X	X	X	X	X	
Redacción del informe de investigación	Investigador										X	X	X	X	X	X

PRESUPUESTO	
Se compraron 18 periódicos concernientes a las fechas de:	
feb-01	\$1.000
feb-02	\$1.000
feb-03	\$1.000
feb-04	\$1.000
feb-05	\$ 2.500
feb-06	\$1.000
feb-07	\$1.000
feb-08	\$1.000
feb-09	\$1.000
feb-10	\$1.000
feb-11	\$1.000
feb-12	\$ 2.500
feb-19	\$ 2.500
feb-26	\$ 2.500
mar-05	\$ 2.500
mar-12	\$ 2.500



mar-19	\$ 2.500
mar-26	\$ 2.500
TOTAL	\$30.000

3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN



4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS

En el proceso de llenar la tabla/ficha de análisis, hubo casillas que quedaron vacías porque no aplicaban, además cabe destacar que en ciertos ítems por su importancia e incidencia en una redacción, abundaban en su presencia en cada “artículo”.

A pesar de que el investigador realizó una selección apropiada de ítems que podían encontrarse durante el análisis, ninguna editorial llenaba todas las casillas. La relectura de las editoriales era fundamental para la identificación de ítems, puesto que a la primera vez no se identificaban algunos, así como la ayuda del diccionario por la aparición de palabras que son dubitativas para en ciertos casos subrayarlas como ítems.

Imágenes/pantallazos de la tabla de Excel con la información encontrada/extraída.

En anexos podrá encontrarse el hipervínculo de estas imágenes para mejor apreciación y análisis.

ANÁLISIS DE CONTENIDO																						
CITAS		FIGURAS RETÓRICAS					CIFRAS			TIPOLOGÍA TEXTUAL			ADJETIVOS CALIFICATIVOS		HAT IDEOLÓGICA POLÍTICA		LENGUA ESPECIALIZADO		ORACIONES EXCLAM.		DATOS HISTÓRICOS	
EDITORIALES	DIRECTA	INDIRECTA	HÍPERBOLE	STILIL	IRONÍA	METÁFORA	CUBLES	NARRATIVO	INFORMATIVO	ARGUMENTATIVO	CANTIDAD	CUBLES PARTIDOS	CUBLES	CUBLES	CUBLES	CUBLES	CUBLES	CUBLES	CUBLES	CUBLES	CUBLES	
Feb-01	"Antiqua creació y tendrà verdaderes arrels que donaran origen a la actividad empresarial y a la participación" Joaquín Valloja Arbeláez	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	4
Feb-02	"La falta de atención sobre el rúa provocará deterioro, y a pesar de la notable importancia que tendrá en la última década en la construcción y la del impulso que permitirá utilizar toda su potencial para el progreso." Edurne Ordóñez Almagro	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
Feb-03	"An cuando en su desarrollo para en política la integridad del diestra a tarca, se infringe dalar y se sacrifica el tarca, dhar manifestaciones na caracpan don a actar de violencia, crueldad, salvajismo a barbarie, rina a demotracioner artficial, y rizo quera teatralar, de lar duryuntar carantantar a lar quoz en frente al que hacer humana."	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Feb-04	"Ojalá este defecto sea ruba on dhar, para el arante na se manarha que actú en vivo en la última dhar y raldidaz jurídica del proceso de paz" "Este proceso tarala prevé explícitamente la reparabilidad del mandafrente a qonter actatador, la cual es permitida que situar argumenton que acta nazo aplicará a la guerrilla" "El beneficio para lar integrantes de equar armador de nazer obligador a raldidaz la dhar manización a lar v'ctimar del conflictu" "Inapreciación cara de rervirón de la pena par parte de la JEP, en el evento de una rerdidencia, habr'a lugar a tratamienzo penitenciarío ar dhar rizar y cámara llorar'ca a cabo el juzgamiento"	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1

ANÁLISIS DE CONTENIDO																	
1	CITAS			FIGURAS RETÓRICAS			CIFRAS	TIPOLOGÍA TEXTUAL			ADJETIVOS CALIFICATIVOS	HAZ IDEOLOGÍA POLÍTICA	ACCIONES ESPECIALES	VERBOS ES EXCLAM	FRASES HISTÓRICAS	INSTITUCIONES	
2	DIRECTA	INDIRECTA	HIPÉROLE	SÍMIL	IRONÍA	METÁFORA	CÚBLES	MARKER	TIPO	MATIV	MARK	CANTIDAD	CÚBLES PARTIDOS	CÚBLES	CÚBLES	CÚBLES	
3	EDITORIALES																
11	Feb-11						1				X	1					1
12	Feb-11	0	0	0	0	0	1				X	1	0	0	0	0	0
13	Feb-11	0	0	0	0	0	1				X	1	0	0	0	0	0
14	Feb-11	1	1		1	1	1				X	1		1	1		1
15	Feb-12	1					1				X	1		1			1
15			0	0	0	0	0						0	0	0	0	0

ANÁLISIS DE CONTENIDO																									
CITAS		FIGURAS RETÓRICAS				CIFRAS	TIPOLOGÍA TEXTUAL			ADJETIVOS CALIFICATIVOS	HAY IDEOLOGÍA POLÍTICA	LENGUA ESPECIALIZADO	FUNCIONES ECLAMAS	USOS HISTÓRICOS	INSTITUCIONES										
EDITORIALES	DIRECTA	INDIRECTA	HIPÉRBOL	SÍMIL	IRONÍA	METÁFORA	CÚELES	NARRATIVO	INFORMATIVO	ARGUMENTO	CANTIDAD	CÚELES PARTIDOS	CÚELES	CÚELES	CÚELES										
mar-12	"La Gobernación de Antioquia responde en virtud y espera que el Gobierno Nacional lo indique y el territorio ocupado por la Farc en tierra de nadie"				"¿Zanar vero delator de jactancia? "El inicio de la "construcción de la verdadera paz" que exige el "reconocimiento de las Farc" "La delegación departamental trae "una conversación, de un tipo de conversación que se repite en la Farc" que "ardevan" no dejarla inoperante, no al campo, sino a la Zota. "El irregular "mandato" "el camión de Sorja Jaramilla pretendió ocultar la ocurrida educación que "las puercas la calor están en transición."	"La delegación de armar y la liberación de manera de o ad victimar de reclutamiento han traido coberturas par volver que topen la verdad del conflicto, como daron la Farc	"¿Zanar vero delator de jactancia? "El inicio de la "construcción de la verdadera paz" que exige el "reconocimiento de las Farc" "La delegación departamental trae "una conversación, de un tipo de conversación que se repite en la Farc" que "ardevan" no dejarla inoperante, no al campo, sino a la Zota. "El irregular "mandato" "el camión de Sorja Jaramilla pretendió ocultar la ocurrida educación que "las puercas la calor están en transición."	1		X	"ocupador" "nada" "gubernador" "providente" "veredales" "transitar" "Farciana" "especial" "vital" "primero" "quie" "quillan" "encontrada" "atorar" "vocar" "mismo" "brar" "farsara" "s" "condemna" "monar" "victimas" "coberturas" "iniciada" "concertada" "dura" "farsada" "esquela" "jurisdicción" "gubernador" "departamental" "irregular" "burecrata" "local" "concordar" "mandado" "final" "civil" "armado" "niqua" "indalento" "camión" "ocurrida" "especial" "reda" "constitucional" "nacional" "habitante" "ocurrida" "controlada" "gubernante" "lo que" "ciudadanos" "antioqueños" "reproachable" "zona" "providente" "departamentales" "contraria" "habitante" "vocar" "pública"	0	1	0	0	1	0	1				"Gobernación de Antioquia" "Gobierno Nacional" "Farc" "ONU" "MPS" "República"			
mar-19			0	0	0																				
mar-19						"Tan valiosa en su nombre, no puede, se tiró por la borda en aras de un trato que se equivocar"	"crecieron en 75% "495 toneladas métricas "660 toneladas métricas "120,000 volúmenes"				"plausible" "necesaria" "potranal" "cuidado" "reproachable" "transnacional" "límites" "coincidentes" "zonar" "ocultar" "grandes" "humanas" "ambientales" "institucionales" "condemnar" "moderado" "debanar" "económico" "policar" "indagación" "reaccionar" "pedagogía" "criminal" "equívoco" "mayor" "histórica" "invitada" "del" "po" "que" "cultivos" "abandonar" "superviviente" "benéfico" "policar" "integrar" "inocente" "cultivos" "2" "voz" "criminal" "entusiasta" "otro" "límites" "generar" "europar" "cerdón" "límites" "pragmática" "métrica" "por" "colombiana" "diada" "sistema" "código" "gubernamental" "ineficacia" "local" "voluntaria" "duplicar" "mostrar" "públicas" "potencial" "comunidad" "reaccionar" "públicas" "potencial" "reaccionar" "vocar" "mismo" "última" "monar" "arrollar" "dura" "grande" "criminal" "equívoco" "favorable" "pública" "reaccionar" "valiosa" "equívoco" "compañer" "ambiental" "internacional" "antidropo"	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	"Onuco" "Colombia" "ONU" "Fuerzas Armadas de Antioquia" "Departamento de Estado" "Gobierno" "Farc" "OMS" "Partido Constitucional" "Estado"
mar-26	"anar va a estar que darnar con la que pueda haberlo a haberlo que separar que un próximo al calor de Farc de del Farc y se atreva a cambiar a Medellín. Farc a dar a separar, a tomar destino a perder algo que no podamos recuperar el tiempo"		0	0	0		"retrasaron el 80% en la abar"			X	"próximo" "pública" "habitante" "fuerte" "ambiental" "repar" "compañer" "fuerte" "límites" "política" "económica" "municipal" "directiva" "retrasada" "diaria" "diminuida" "del" "residencial" "renovado" "natural" "ciudadanos" "pública" "amplia" "amigable" "indita" "inminente" "paca" "barrial" "reaccionar" "calamitar" "indita" "exportar" "internacional" "reaccionar" "urbano" "pantener" "palpable" "potranal" "alcalde" "carturas" "del" "permanente" "activo" "pública" "jurisdicción" "reaccionar" "arrollar" "contratar" "obitar" "municipal" "reaccionar" "vocar" "activo" "pública" "participa" "compañer" "reaccionar" "reaccionar" "urbano" "reaccionar" "miembro" "directiva" "ciudadanos" "habitante" "retrasada" "intencionada"	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	"Sociedad por el río Medellín" "Escuela de Ingeniería de Antioquia" "pm2" "Empresario Metro" "ISA" "Alcalde" "Secretaría de Infraestructura" "Gobierno municipal" "Amigable por el río Medellín"
mar-26			0	0	0																				
mar-26			0	0	0																				



	CITAS			FIGURAS RETÓRICAS			CIFRAS
	DIRECTA	INDIRECTA	HIPÉRBOLE	SÍMIL	IRONÍA	METÁFORA	CUÀLES
EDITORIALES							
TOTAL 18							
NÚMERO	SI 13	SÍ 1	SÍ 1	SÍ 0	SÍ 11	SÍ 12	SÍ 17
PORCENTAJE	72%	6%	6%	0%	61%	67%	94%
NÚMERO	NO 5	NO 17	NO 17	NO 18	NO 7	NO 6	NO 1
PORCENTAJE	28%	94%	94%	100%	39%	33%	6%

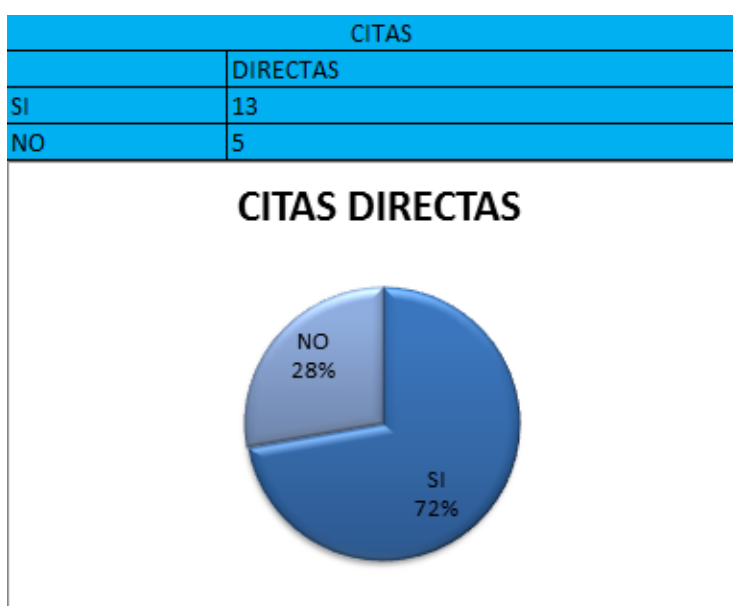
TIPOLOGÍA TEXTUAL			ADJETIVOS CALIFICATIVOS	HAY IDEOLOGÍA POLÍTICA	LÈXICO ESPECIALIZADO	ORACIONES EXCLAMATIVAS	DATOS HISTÓRICOS	INSTITUCIONES
NARRATIVO	INFORMATIVO	ARGUMENTO	CANTIDAD	CUÀLES PARTIDOS	CUÀLES	CUÀLES	CUÀLES	CUÀLES
SÍ 1 6%	SÍ 1 6%	SÍ 10 56%	SÍ 18 100%	SÍ 1 6%	SÍ 11 61%	SÍ 1 6%	SÍ 2 11%	SÍ 18 100%
NO 17 94%	NO 17 94%	NO 8 44%	NO 0 0%	NO 17 94%	NO 7 39%	NO 17 94%	NO 16 89%	NO 0 0%

Al quedar tabulados la cantidad de ítems propuestos, estos pasan a ser interpretados, en porcentaje valga decir; su aparición, repetición y/o utilización de dentro del texto, editorial. En las gráficas se puede observar la forma en que se concluye los ítems que fueron susceptibles de análisis.



4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO

La investigación presenta un análisis descriptivo de los resultados y la correlación, en algunos casos, entre ítems de la tabla esbozada en el numeral 4.2 de este documento con algunas preguntas de la entrevista transcrita a este documento y también ubicada en el numeral 4.2, realizada a la subdirectora del periódico El Mundo, el 27 de septiembre de 2017, la comunicadora social Luz María Tobón.

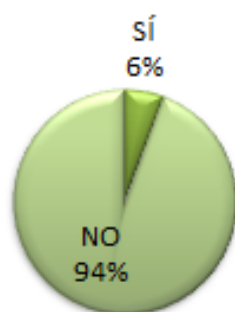


De las 18 editoriales analizadas, en 13 hay mención de citas directas, equivalente al 72% del universo analizado. En tres de las editoriales que equivalen al 28% hay ausencia de citas directas.

Hay una correlación con el ejercicio ético y responsable mencionado por Luz María Tobón Vallejo en la entrevista y la utilización de citas directas en la construcción de la editorial. Se incluyen frases de terceros, previamente identificados que sirven de apoyo o sustentación en la redacción del artículo, mostrando así un manejo meticuloso, serio y cuidadoso en la construcción semántica de las editoriales analizadas.

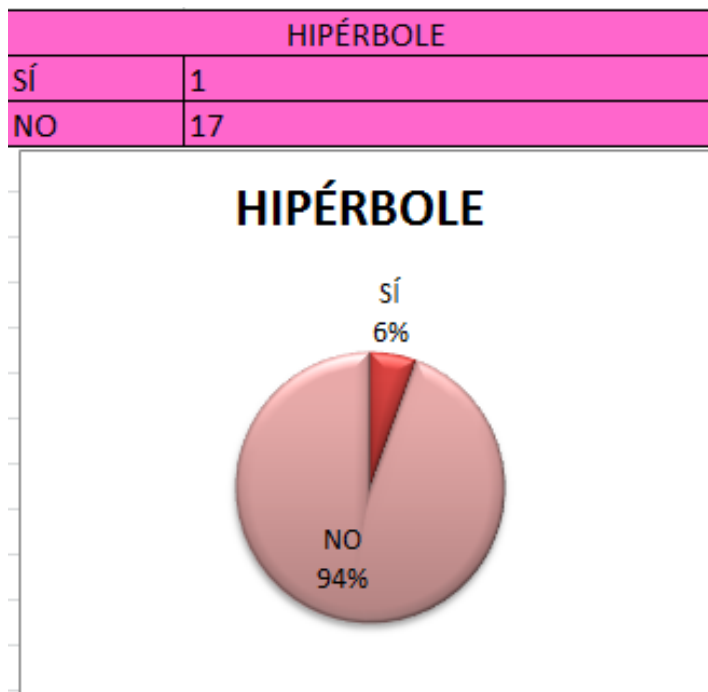
CITAS	
	INDIRECTAS
SÍ	1
NO	17

CITAS INDIRECTAS



El resultado muestra presencia de cita indirecta en una editorial, equivalente al 6% del universo y muestra. En 17 editoriales, es decir el 94% de la muestra hay ausencia de citas indirectas.

Existe correlación entre el resultado encontrado con el ejercicio ético y responsable expuesto por la subdirectora Luz María Tobón del periódico en la entrevista realizada acerca de la línea editorial a la hora de poner frases expresadas por personas que se mencionan en el artículo, sin adjudicarse el periódico la autoría de dichas frases, manteniendo así un respeto hacia la “propiedad intelectual” independientemente de los beneficios o perjuicios que se deriven de la utilización de citas en la construcción semántica de la editorial.

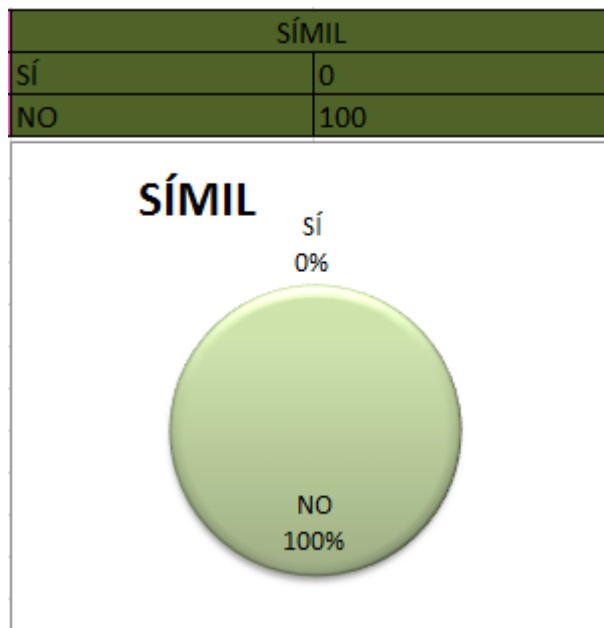


Como dice la subdirectora del periódico:

“No, somos muy frías (Luz María Tobón y la directora). No reconocemos novios, ni contradicciones, ni batallas. Las emociones no van en nuestra manera de escribir.”

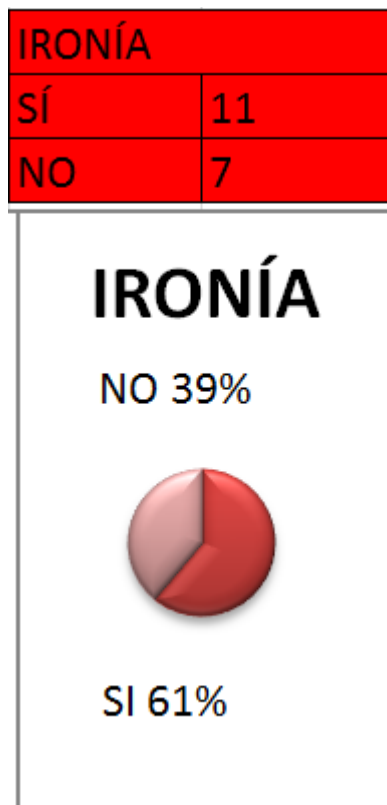
Existe correlación entre lo expresado por Luz María Tobón y la no utilización de hipérboles, puesto que no hay intención de exagerar la redacción ni atraer miradas morbosas del público lector a consta de expresiones vistas como excesivas.

Las figuras retóricas aplicadas en la investigación varían. Inicialmente la hipérbole aparece tan sólo en una editorial de las 18 que son la muestra, equivalente al 6%, mientras que en el 94% restante que equivale a 17 editoriales hay ausencia de esta figura retórica.



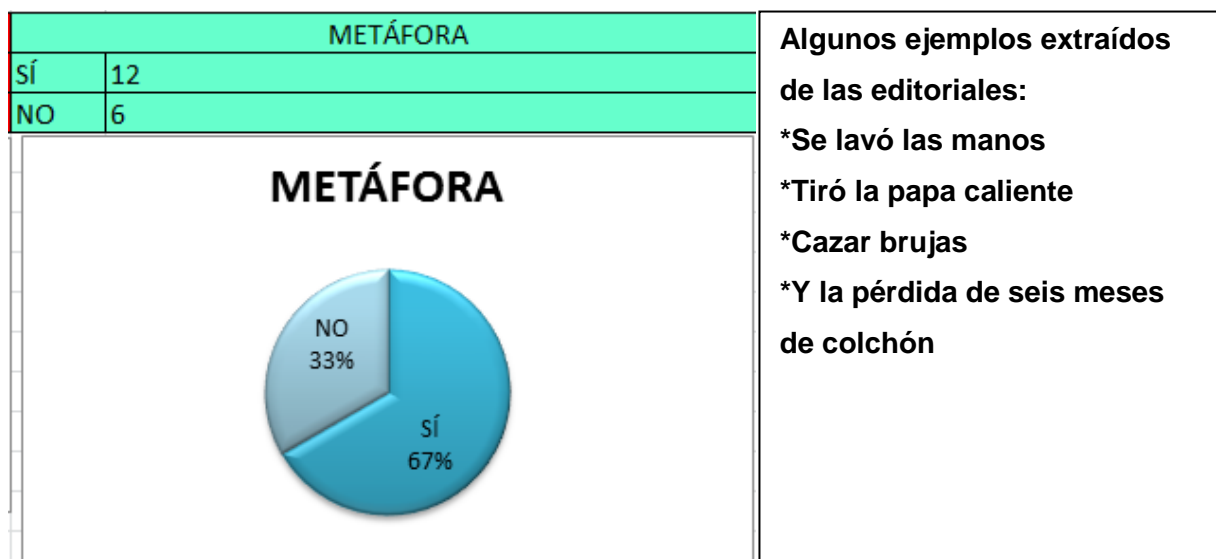
En la muestra de la investigación, que son 18 editoriales y equivalen al 100% del universo, hay ausencia de símil o comparaciones.

Se da prioridad a la información con matices argumentativos como bandera de la editorial. Se informa de un hecho con ayudas, da cifras y datos que sirven de apoyo para la construcción de la editorial.



La ironía aparece en 11 de las 18 editoriales, abarcando un 68% de la muestra y en 7 de ellas, es decir el 61% hay ausencia.

La ironía aparece como mofa de una situación, persona o institución; pero acorde al manejo ético y responsable expresado por la subdirectora en la entrevista que se le da a la editorial, las ironías empleadas por el periódico no rayan en el insulto, ni la burla ni el agravio. Simplemente es una manera crítica de ver las cosas.



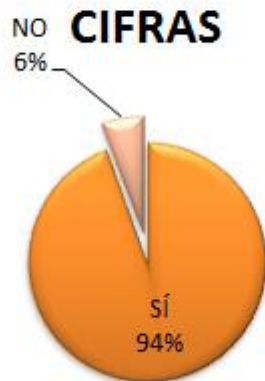
“**Se lavó las manos**” y “**Tiró la papa caliente**” entran en un contexto de política de protección animal.

“**Cazar brujas**” entra en un contexto de justicia en el postconflicto colombiano.

“**Y la pérdida de seis meses de colchón**” entra en un contexto de ley y civismo enmarcado en la constitución.

La metáfora es la figura retórica que más se utiliza en el lenguaje, sea escrito o verbal, y obviamente la redacción de la editorial no es ajena a este fenómeno. Inherentemente la metáfora está presente en el lenguaje en los resultados de la investigación se muestra que hace presencia en 12 editoriales, equivalente al 67%, y en 6 de las editoriales, es decir, el 33% hay ausencia de metáforas.

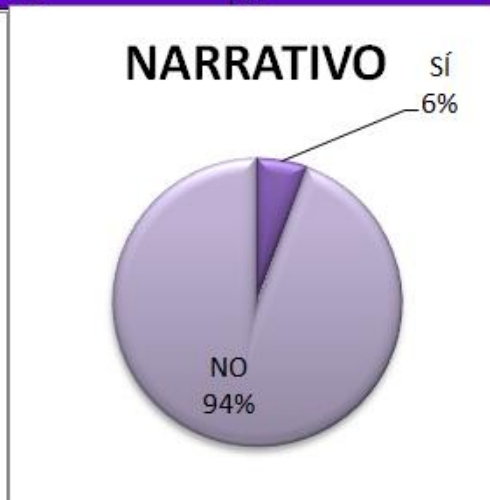
CIFRAS	
SÍ	17
NO	1



El resultado que arrojó el análisis de contenido en el ítem de **Cifras**, se puede ver que hay presencia de estas en 17 de las 18 editoriales analizadas, es decir, en el 94% del universo. En una editorial hay ausencia de cifras, este valor equivale al 6%.

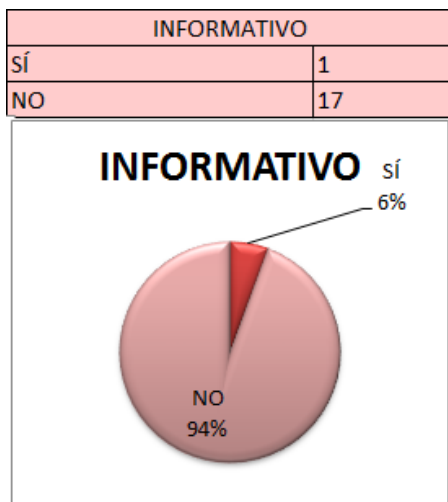
Existe una correlación entre el uso de cifras y el manejo ético mencionado por la subdirectora Luz maría Tobón que se le da a la línea editorial del periódico en la medida en que la exposición de cifras muestra que se está dando una información contundente, verificable y confiable

NARRATIVO	
SÍ	1
NO	17



La tipología textual de carácter narrativo sólo hace presencia en una editorial siendo el 6% de la muestra, y su ausencia está reflejada en las 17 editoriales restantes equivalente al 94%.

Se correlaciona el resultado con lo expresado por Luz maría Tobón en la entrevista respecto al carácter de la editorial confirmando lo dicho por la subdirectora respecto al carácter informativo con matices argumentativos de las redacciones.



Una de las editoriales arroja que la tipología textual es informativa, equivalente al 6%, mientras que el 94% restante, es decir, 17 editoriales indican hay “ausencia” de tipología informativa.

Aunque de la entrevista vale la pena resaltar que según la subdirectora Luz María Tobón Vallejo el periódico es informativo: “El papel de la información es darle al ciudadano unas guías y suficientes elementos para entender qué es lo que está pasando; y nuestra prioridad siendo un periódico formador para nosotros es noticia lo que tiene interés público, lo que es actual, lo que es cercano, lo que es trascendente y ya sí lo que te impacta; entonces, sobre esa asociación nosotros escribimos el editorial.”⁵²

Hay mención de cifras, datos, sucesos, entonces ahí hay información, e inherentemente hay relevancia a la hora de la construcción editorial trascendiendo el proceso comunicacional a un plano argumentativo, eso sí, mostrando transversalidad por parte de una tipología informativa.

Para opinar hay que argumentar, y esa argumentación debe ir ligada a información verificable y contrastable.

⁵² Apartes de la entrevista efectuada a la subdirectora del periódico El Mundo, Luz María Tobón el 27 de septiembre de 2017.

ARGUMENTATIVO	
SÍ	10
NO	8



La tipología textual de carácter argumentativa aparece en 10 editoriales de las 18 analizadas, equivalente al 56%. En 8 hay ausencia de tipología argumentativa, es decir, el 44%.

Hay que aclarar que existe cierta correlación con la entrevista ofrecida por la subdirectora en la medida que ella dice que el periódico es informativo. Esto da pie para que la editorial argumentativa se base en datos, cifras e información necesaria e indispensable a la hora de la construcción de editoriales.

Las líneas de pensamiento deben ir íntimamente ligadas a la información que el periodista usa como base para sus redacciones.

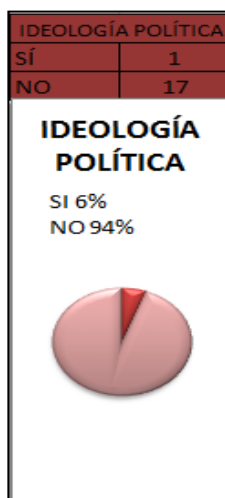
Correlación entre la tipología y parte del manejo del discurso de la editorial. Como dice la subdirectora en un aparte de la entrevista que se le realizó: “El fin de la editorial es hacer una perspectiva crítica de lo que le está pasando a la sociedad. Desde esa visión crítica acompañar al ciudadano para que entienda y tome postura frente a los problemas; y en consecuencia decida sobre esos problemas. Y poner alertas sobre esos temas.”

ADJETIVOS CALIFICATIVOS	
SÍ	18
NO	0

Adjetivos que expresan virtudes, defectos, gentilicos, analíticos, volumen, tamaño



En la totalidad de las editoriales hay presencia de adjetivos calificativos. Son palabras que inherentemente están presentes en los textos y conversaciones. El lenguaje verbal y escrito estará íntimamente acoplado a la utilización de recursos que le permitan decorar una situación, lugar, fenómeno, persona, etc.; reforzando así el peso gramatical de un texto



El resultado de este ítem es equivalente al 94% mostrando que no hay ideología política, y esto a su vez se correlaciona con la entrevista realizada a la subdirectora del periódico en un aparte de la entrevista: “Desde el periódico El Mundo, finalmente le sirve así; nuestro marco ético, defendiendo la democracia liberal, es decir, la plena libertad de los derechos humanos y la libertad de empresa, además de la autonomía del individuo(...)Nuestra fuerza fundamental es las sociedades equitativas a través de la democracia, la participación ciudadana y la inversión social. Defendemos la sostenibilidad, o sea creemos en un mundo en el que el hombre y la naturaleza puedan vivir armónicamente y que el trabajo humano sea para garantizar la preservación de tanta naturaleza como garantice la vida humana y tanto desarrollo humano como genere equidad y obviamente somos unos defensores de la libertad de expresión, de conciencia y de opinión y desde el derecho ciudadano, la información.”⁵³

En los resultados expuestos respecto a este ítem, se encontró que sólo en una editorial hay mención de un partido político, mostrando así que no hay inclinación, propensión o aversión hacia X o Y ideología política.

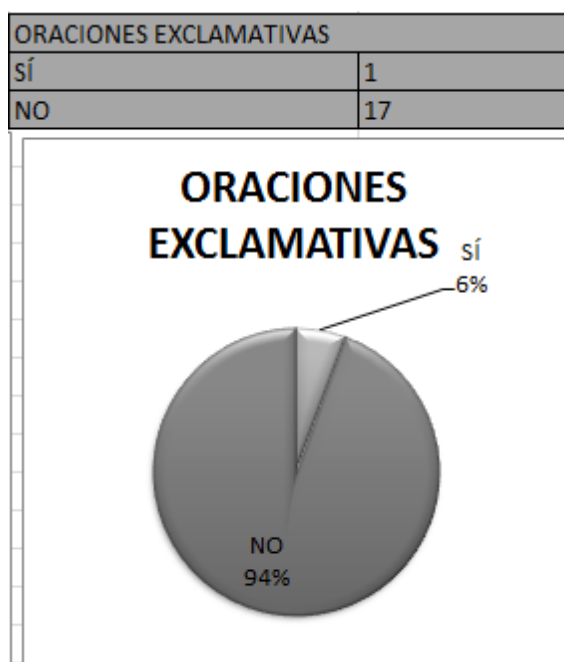


- *Hoya hidrográfica *Alcabalera
- *Denigración infructuosa
- *Desafueros *Gubernativa
- *Artificiosa *Bienes de capital
- *Maquilas *Perentorio
- *Inexequibilidad diferida
- *Remanente *Concite
- *Especie BosTaurus *Dehesas
- *Elusiones *pro tempore
- *cooptó *envanecida
- *espuria *abajado
- *innovativa *fast track
- * desaparición de la "huella balística"
- *acervo *malquerencias
- *serísimo *albur

⁵³ Apartes de la entrevista efectuada a la subdirectora del periódico El Mundo, Luz María Tobón el 27 de septiembre de 2017.

El periódico es éticamente responsable y esto se ve reflejado en la manera en cómo redacta sus editoriales. El léxico utilizado ayuda a los públicos lectores a entender de una manera más profunda los sucesos argumentados por la editorial, y le permite así deliberar, compartir y tomar decisiones.

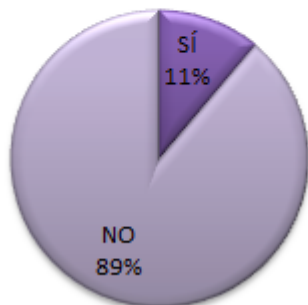
El léxico especializado hace presencia en 11 editoriales equivalente al 61% de la muestra analizada. En 7 editoriales, es decir, el 31% hay ausencia de léxico especializado.



Las oraciones exclamativas sólo hacen presencia en una editorial, siendo esto tan sólo el 6% de la muestra analizada. El 94 % del universo analizado, es decir, 17 editoriales, hay ausencia de oraciones exclamativas. Las expresiones con signos de exclamación e interjecciones son recursos que no utiliza la línea editorial a la hora de redactar sus editoriales.

DATOS HISTÓRICOS	
SÍ	2
NO	16

DATOS HISTÓRICOS



*Joaquín Vallejo Arbeláez,
creador del Plan Vallejo
*Plan Vallejo
*Carta de 1991

El resultado hallado en las 18 editoriales analizadas muestra que en 2 de ellas hay mención de datos históricos equivalente al 11% de la muestra, mientras que el 89% , es decir, 16 editoriales hay ausencia de datos de carácter histórico.

Existe correlación entre el uso de datos históricos y el manejo ético que se le da a la editorial. Si esta amerita la mención de un hecho histórico, el periódico estará haciendo uso responsable de esa información para el manejo de su redacción. Se da más responsabilidad a lo que se dice, fundamentándose en acontecimientos del pasado que tiene cierta incidencia en la editorial redactada.

INSTITUCIONES	
SÍ	18
NO	0



Se hace mención de entidades estatales,
privadas, organizaciones ilegales,
organismos internacionales

En la totalidad de las editoriales, es decir, en el 100% hay mención de instituciones de diferente índole con diversas funciones, pero que encajan con la actualidad de la redacción de la editorial que se expone.

Una tipología informativa íntimamente ligada a la argumentación. Un eje que es transversal a la tipología argumentativa.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

El análisis de contenido como toda investigación que se haga, lleva a la generación de nueva información que sirve para que diferentes públicos puedan usar como base a la hora de comparar, examinar, contrastar y /o confrontar con otras investigaciones de línea similar.

Acorde a la entrevista realizada a la subdirectora del periódico, plasmada en esta investigación, se encontró correlación entre ciertas categorías planteadas por el investigador y la línea editorial del periódico.

-Las citas directas hacen presencia en la mayoría de las editoriales analizadas mostrando que existe una correlación con el ejercicio ético y responsable mencionado por Luz María Tobón Vallejo en la entrevista realizada a ella respecto a la utilización de citas directas en la construcción de la editorial. Se incluyen frases de terceros, previamente identificados que sirven de apoyo o sustentación en la redacción del artículo, mostrando así un manejo meticuloso, serio y cuidadoso en la construcción semántica de las editoriales.

- La cita indirecta sólo hace presencia en una editorial mostrando así correlación entre el resultado hallado y el uso ético y responsable que el periódico maneja a la hora de poner frases expresadas por personas que se mencionan en el artículo, sin adjudicarse El Mundo la autoría de dichas frases, manteniendo así un respeto hacia la “propiedad intelectual” independientemente de los beneficios o perjuicios que se deriven de la utilización de citas en la construcción semántica de la editorial.

- Las figuras retóricas analizadas en la investigación dieron diversos hallazgos. La hipérbole aparece tan sólo en una editorial, la no utilización de esta figura es porque no hay intención de exagerar la redacción ni atraer miradas inapropiadas del público lector a consta de expresiones vistas como excesivas.

- Hay ausencia de símil o comparaciones. Se da prioridad a la información con matices argumentativos como bandera de la editorial. Se informa de un hecho con ayuda de cifras y datos que sirven de apoyo para la construcción de la editorial.
- La ironía aparece en la mayoría de las editoriales, representada como mofa de una situación, persona o institución; pero siempre manteniendo un control ético y responsable sobre lo expresado evitando así rayar en el insulto, la burla e incluso el agravio. Simplemente es una manera crítica de ver las cosas.
- La metáfora es la figura retórica que más se utiliza en el lenguaje, sea escrito o verbal, y obviamente la redacción de la editorial no es ajena a este fenómeno.
- El uso de cifras es inherente en la editorial del periódico en la medida en que la exposición de estas, muestra que se está dando una información contundente, verificable y confiable.
- El carácter narrativo sólo hace presencia en una editorial dándole prevalencia al carácter argumentativo de las redacciones. La construcción editorial trasciende el proceso comunicacional a un plano argumentativo, eso sí, mostrando transversalidad con la parte de la tipología informativa. Para opinar hay que argumentar, y esa argumentación debe ir ligada a información verificable y contrastable.
- Los adjetivos calificativos son inherentes en las editoriales. El lenguaje verbal y escrito estará íntimamente acoplado a la utilización de recursos que le permitan decorar una situación, lugar, fenómeno, persona, etc.; reforzando así el peso gramatical de un texto.
- No hay ideología política que defina la editorial del periódico. La libertad y autonomía del individuo graficados en la libertad de expresión, de conciencia y de opinión, le permiten a El Mundo desplazarse por cualquier línea crítica, eso sí, siempre guardando la cordura y el respeto.
- El léxico utilizado en la redacción ayuda al público de una manera más profunda a deliberar, compartir y tomar decisiones.
- Las expresiones con signos de exclamación son ausentes en la editorial, esto es para no pretender maquillar o sobredimensionar una postura crítica de un suceso.

- Fundamentarse en acontecimientos del pasado siempre será una base informativa veraz y certera de la editorial, ahí se está evidenciando el compromiso ético del periódico en el tratamiento que le dan a su editorial.
- La mención de instituciones de diferente índole con diversas funciones, encaja con la actualidad de la redacción y el manejo periodístico de la editorial serio, veraz, contrastable.

DISCUSIÓN

El análisis de contenido puede plantearse de diversas formas, esto va de acuerdo a la decisión de cómo el investigador abordará el tema, diseñando una categorización que le permitirá seleccionar, identificar y ubicar los ítems encontrados.

En el “Un análisis de contenido de las publicaciones del congreso latinoamericano y del caribe sobre espíritu empresarial “se analiza durante un lapso extenso aunque solo suele darse en ciertas épocas. Aquí se puede analizar un mismo fenómeno que tiene una periodicidad determinada dejando lapsos amplios que no modifican o alteran el proceso investigativo.

Investigaciones como lo son “Análisis de los trabajos de grado de la Especialización en Educación y Gestión Ambiental de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas”, pueden resultar en cierta medida redundantes, puesto que a la postre se está haciendo un análisis de otros análisis y la producción de “nueva” información se ve restringida a la simple reunión o recolección de información de otros trabajos de grado.

Una mirada a un medio periodístico, así es “Terrorismo y política dominan las portadas de la prensa vasca. Análisis de contenido y superficie de las primeras páginas de los diarios autonómicos”, un análisis de contenido donde el

investigador se basa simplemente en identificar todo la tipología informativa que aparece de acuerdo a los temas para luego tabularla.

En “El tratamiento del cannabis en la prensa española” se muestra cómo la información relevante a este tema es abordada por ciertos periódicos. El tratamiento que se le da de sí es noticia, reportaje, entrevista, opinión u otros. Las categorías establecidas por el investigador suelen parecer más globales, aunque no dejan de parecer específicas y pormenorizadas.

Se muestra particular la investigación “Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido”, donde un análisis textual no aparece y se le realiza más bien a fotografías y su frecuencia de aparición para luego tabularlo y especificarlo de manera comprensible.

A un gráfico en marcado en un medio de comunicación se le puede hacer un análisis de contenido.

6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

6.1 PRESENTACIÓN

A continuación se podrá leer el producto realizado de la investigación. Este consistió en un resumen ejecutivo el cual radica en un documento que condensa la ingente información hallada durante la investigación, tanto la utilizada como marco teórico que se basó de diversos autores y variadas fuentes, así como los resultados hallados y el proceso de producción de los mismos a través de una tabla de categorización previamente diseñada por el investigador de acuerdo a sus necesidades y prioridades.

La presentación del resumen ejecutivo se da por motivos de brindar una accesibilidad y agilidad a los públicos: académicos, estudiantes que investiguen el fenómeno del análisis de contenido, así como a sectores corporativos interesados en este tipo de investigaciones para observar cómo es el proceso utilizado por un investigador para analizar un medio de comunicación. La exposición de un resumen ejecutivo es una manera más versátil, dinámica y compacta de una investigación sin necesidad de sumergirse en profundidades contextuales.

6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Si bien el análisis de contenido es una manera investigativa de generar nueva información, que por ende puede servir de base, apoyo o guía para que diversos sectores aprecien desde una óptica diferente cómo se puede analizar un documento.

El resumen ejecutivo es la manera más rápida para que un público explore el cuerpo y resultado de una investigación, condensar la información le permitirá al lector desplazarse más rápido y así poder mirar otras opciones. La diversa mirada trae diversas apreciaciones y a la vez diversas conclusiones que enriquecen el mundo académico e intelectual.

Este artículo investigativo bien podría publicarse en revistas académicas tales como Revista Universidad EAFIT, Cuadernos de Investigación, también de la Universidad EAFIT, revista La Sociología en sus escenarios, de la Universidad de Antioquia, entre otros.

Todo el público académico relacionado con temas lingüísticos, periodísticos y gramatical puede utilizar este tipo de trabajos para ampliar sus conocimientos y para tomar como referencia para nuevos proyectos.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

El artículo consta de partes como el resumen; que es donde se cuenta qué fue lo que se hizo. Este resumen tiene su traducción al inglés por considerarse como artículo investigativo. Además posee algo que se llama descriptores y estas son palabras claves que se mencionan frecuentemente en el documento, así como su traducción también al inglés.

La ruta conceptual es la condensación de todo el marco teórico, agrupar toda la información bibliográfica hallada y extraer los más relevante. La ruta metodológica, en ella se expone el tipo de investigación realizado, el paradigma de investigación, así como los instrumentos empleados durante la misma. Los resultados son los “frutos” hallados; y las conclusiones las cuales son las proposiciones redactadas al final luego de examinar los resultados obtenidos.

La discusión son los debates que a futuro se pueden generar al hacer una comparación con otros tipos de análisis de contenido y su manera de ejecución. Y por último las referencias bibliográficas que son aquellas fuentes utilizadas para la construcción del marco conceptual.

6.4 PRODUCTO.

Análisis de contenido del editorial del periódico El Mundo del 1 de febrero al 31 de marzo de 2017

Content analysis of El Mundo newspaper editorial from February 1 to March 31, 2017

JUAN CAMILO ALZATE AGUDELO⁵⁴

Resumen

Esta investigación se realiza con el propósito de analizar el contenido de la sección editorial publicada por el periódico El Mundo durante el periodo del 1 de febrero al 31 de marzo de 2017, con el objeto de determinar la intencionalidad, comunicación y tratamiento gramatical que hace la editorial hacia ciertos fenómenos noticiosos que por diversos motivos trascienden del plano meramente informativo, es decir, plasmarlo en las hojas interiores del periódico, a exponerlos en la sección editorial dándole así una relevancia mayor por su incidencia en la actualidad.

Se tuvieron en cuenta para el análisis un total de 18 editoriales y se procedió a la realización de una tabla con unos ítems de categorización acordes a lo estructurado y definido por la investigación. Analizando cada editorial se identificaban las categorías planteadas inicialmente y se procedía a su clasificación en una tabla para luego una posterior cuantificación a través de la tabulación, dando así una generación de resultados que permitieron emitir conclusiones.

⁵⁴ Estudiante de Comunicación Social
Universidad Católica Luis Amigó
juan.alzateag@amigo.edu.co

El análisis de contenido generará información que se podrá emplear como anexo y/o apoyo en distintas áreas académicas, sean sociales, periodísticas o lingüísticas; así también como que el sector laboral pueda considerar que la información suministrada por esta investigación tenga relevancia para sus procesos; desplegando así un abanico de posibilidades para públicos externos que deseen indagar y sondear el fenómeno del análisis de contenido desde otra perspectiva.

Abstract

This research is made with the objective of analyzing the content of the editorial section of “El Mundo” newspaper during the period from February 1 to March 31, 2017, in order to determine the intentionality, communication and grammatical treatment than it does the newspaper towards certain news phenomena that for various reasons transcend the merely informative plane, that is to say, post it into the inner pages of the newspaper, to expose them in the editorial section, giving it a greater relevance because of its incidence at present.

A total of 18 editorials were collected as a universe and a table was made with categorization items according to the structure and defined by the research. Analyzing each editorial, the initial categories were identified and they were classified into a table for later quantification through tabulation, giving a generation of results that allowed conclusions to be issued.

The content analysis will generate information that may used as an annex and / or support in different academic areas, be social, journalistic or linguistic; as well as that the labor sector may consider that the information provided by this research has relevance for its processes; unfolding a range of possibilities for external audiences who wish to inquire and probe the phenomenon of content analysis from another perspective.

Descriptores

Análisis de contenido, editorial, componente, referencia, discurso, gramática, figuras retóricas, categorías.

Key words

Content analysis, editorial, component, reference, speech, grammar, rhetorical figures, categories.

Introducción

El siguiente trabajo muestra de una manera condensada cómo fue el análisis de contenido que se le realizó a la sección editorial del periódico El Mundo durante un lapso determinado, mostrando así el manejo (categorización) que se le dio a la información del periódico y plasmando conclusiones que de acuerdo a la investigación sobre el tratamiento, se le da a la editorial.

El lector de este documento tendrá puesto a disposición un análisis pormenorizado desarrollado y extraído de una tabla previamente diseñada por el investigador y a través de la cual se establecían ciertos ítems para la posterior búsqueda, ubicación y selección de palabras que posteriormente se exponían a manera de gráfico para una óptima exposición y mejor comprensión del análisis de contenido de una sección específica del periódico.

RUTA CONCEPTUAL

ANÁLISIS DE CONTENIDO

En primer lugar, el análisis de contenido tiene una orientación fundamentalmente empírica, exploratoria, vinculada a fenómenos reales y de finalidad predictiva. En segundo lugar, el análisis de contenido trasciende las nociones convencionales del contenido como objeto de estudio, está estrechamente ligado a concepciones más recientes sobre los fenómenos simbólicos. Esto puede situarse dentro del contexto de una conciencia distinta acerca de la comunicación humana, de los nuevos medios de comunicación y del papel que éstos desempeñan en la transmisión de información dentro de la sociedad⁵⁵

Según Berelson (1952), el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación⁵⁶.

Para algunos investigadores el “análisis de contenido” no parece designar otra cosa que el cómputo de cualidades (palabras, atributos, colores): para otros, esa expresión sugiere la existencia de un método para “extraer” contenidos de los datos, como si estuviesen objetivamente contenidos en éstos⁵⁷.

El análisis podría caracterizarse como un método de investigación del significado simbólico de los mensajes. La mayoría de los expertos en análisis de contenido probablemente tengan esta idea en mente, y dicha caracterización podría parecer razonable so no fuese por dos connotaciones equívocas, por lo menos, que una buena definición debe evitar.

En primer lugar, los mensajes no tienen un único significado que necesite desplegarse. Siempre será posible contemplar los datos desde múltiples perspectivas, en especial si son de naturaleza simbólica. (...) Un mensaje es capaz de transmitir una multiplicidad de contenidos incluso a un único receptor.

⁵⁵ KRIPPENDORFF, Klaus. . Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.1980. p. 10.

⁵⁶ BERELSON, Bernard, citado por KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. 1980. P. 29.

⁵⁷ KRIPPENDORFF. Op. cit. , p.29

En segundo lugar, no es necesario que exista coincidencia acerca de los significados. Si bien el consenso o el acuerdo intersubjetivo sobre lo que significa un mensaje simplifica enormemente el análisis de su contenido, dicho acuerdo solo existe en relación con los aspectos más obvios o “manifiestos” de las comunicaciones, o bien para unas pocas personas que comparten la misma perspectiva cultural y sociopolítica⁵⁸.

El vocablo “análisis” proviene del griego “analysis” (disolución) derivada, a su vez, de “analuein” (desatar, soltar). Por su parte, el Diccionario de la Real Academia Española (edición de 1992) define el término “análisis” primeramente como “distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos”, posteriormente, y en su segunda acepción encontramos que es el “examen que se hace de una obra, de un escrito o de cualquier realidad susceptible de estudio intelectual”⁵⁹.

En todo análisis de contenido debe quedar claro qué datos se analizan, de qué manera se definen y de qué población se extraen. Los datos exhiben su propia sintaxis y estructura, y se describen en función de unidades, categorías y variables, o son codificados de acuerdo con un esquema multidimensional.

Hay un marco de referencia dentro del cual puede representarse el papel que desempeña el investigador:

- Los datos tal como se comunican al analista.
- El contexto de los datos.
- La forma en que el conocimiento del analista lo obliga a dividir su realidad.
- El objetivo de un análisis de contenido.
- La inferencia como tarea intelectual básica.
- La validez como criterio supremo de éxito⁶⁰.

⁵⁸ KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. 1980. p.30.

⁵⁹ LOPEZ NOGUERO. El análisis de contenido como método de investigación [En línea]. XXI, Revista de Educación, 4(2002), p.170. Universidad de Huelva. Disponible en internet: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1>

⁶⁰ KRIPPENDORFF. Op.cit., p.36.

Cita directa o textual (corta):

“Se considera citas directas cortas si **no exceden las 40 (cuarenta) palabras**. Las citas textuales cortas se distinguen del texto propio porque se incorporan a la narrativa entre comillas. Se representa la cita palabra por palabra y se incluye el apellido del autor, año de publicación y la página donde aparece la cita.”⁶¹

Cita indirecta:

“Hace mención de las ideas de un autor con palabras de quien escribe. Se escribe dentro del texto, sin comillas, y el número de la referencia se escribe después del apellido del autor y antes de citar su idea.”⁶²

TIPOS DE DISCURSOS

El discurso es una serie de palabras que se expresan de forma oral y ordenada. En este se expresa aquello sobre lo que el emisor piensa y puede tener como objetivo entretener, convencer o informar. Algunos de los tipos de discursos que existen son los siguientes:

Discurso narrativo: este discurso expone una serie de hechos a través de una trama y argumento. El discurso narrativo si bien predomina en textos literarios, también se los puede encontrar, por ejemplo, en los noticieros. Su estructura contiene un inicio, nudo y desenlace. A lo largo de este se presenta una intriga que es la que mantiene al receptor atento ya que no se la resuelve hasta el final.

Discurso argumentativo: este discurso tiene la función de convencer al receptor sobre una determinada cuestión por medio de su entendimiento lógico. Para esto, los argumentos a los que acuda el emisor deben ser sustentados de manera racional, debe sonar convincente, no se debe avasallar al receptor, sino que este

⁶¹ <https://minas.medellin.unal.edu.co/departamentos/geocienciasymedioambiente/unidaddocumentacion/2-institucional/96-cita-directa-o-textual-corta.html>

⁶² <https://minas.medellin.unal.edu.co/departamentos/geocienciasymedioambiente/unidaddocumentacion/2-institucional/29-cita-indirecta.html>

sienta que se transmite una verdad universal. La estructura de este tipo de discursos se compone de una tesis o idea a demostrar, que se plantea al principio, luego se exponen los argumentos y finalmente la conclusión, en la que se reafirma la idea inicial, pero con las justificaciones racionales ya expuestas.

Discurso informativo: este tipo de discursos, también conocidos bajo el nombre de **referencial**, transmite datos con precisión y de manera concreta provenientes de la realidad. El emisor expone su discurso de manera objetiva y directa, tratando de dejar a un lado sus opiniones personales. El discurso informativo se caracteriza por el uso de la tercera persona, tiempo verbal indicativo, oraciones impersonales y en el que muchas veces se presentan conceptos técnicos⁶³.

IDEOLOGÍA

La ideología es el conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, una colectividad o una época. También se trata de la doctrina filosófica centrada en el estudio del origen de las ideas.

La ideología tiende a conservar o a transformar el sistema social, económico, político o cultural existente. Cuenta con dos características principales: se trata de una representación de la sociedad y presenta un programa político. Es decir, reflexiona sobre cómo actúa la sociedad en su conjunto y, en base a eso, elabora un plan de acción para acercarse a lo que considera como la sociedad ideal⁶⁴.

ADJETIVOS

“(…) acompañan a un sustantivo para calificarlo o para limitar su campo de influencia. Pero todos añaden valor y significado al nombre (por eso se llaman adjetivos: *adiectivus* procedía del *adicio*, en latín “añadir”).”⁶⁵

⁶³ Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Tipos de discursos". Recuperado de: <http://www.tiposde.org/general/56-tipos-de-discursos/>

⁶⁴ Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2008. Definición de: Definición de ideología (<https://definicion.de/ideologia/>)

⁶⁵ GRIJELMO, Alex. La gramática descomplicada. 2008

LAS EXCLAMACIONES (O INTERJECCIONES)

“Las interjecciones son unos granos que le salen a la frase, que aumentan su relieve en un punto determinado y que interrumpen el normal desarrollo de su piel.”⁶⁶

LAS FIGURAS RETÓRICAS

Las Figuras retóricas o Figuras literarias son mecanismos que alteran el uso normal del lenguaje con el fin de obtener un efecto estilístico.

Las Figuras retóricas ayudan a captar la atención, sorprenden por su originalidad y poseen un gran poder sugerente y persuasivo permitiendo una comunicación más eficaz. Las Figuras retóricas no solamente se emplean en el lenguaje literario sino también en el periodístico, el publicitario y el político entre otros.

Hipérbole

La Hipérbole es una figura retórica que consiste en exagerar la realidad.

Esta figura no busca ser tomada literalmente, ya que resultaría poco probable o imposible, sino que su finalidad es captar la atención, enfatizar una idea que se quiere transmitir y conseguir una mayor fuerza expresiva.

Símil

El Símil (o comparación) es una figura retórica que consiste en comparar un término real con otro imaginario que se le asemeje en alguna cualidad.

Su estructura contiene los adverbios “como”, tal como, “cuales” o similares.

Un Símil se diferencia de una metáfora en que tiene estructura de comparación

- Sus manos son suaves como el terciopelo → es un Símil
- Sus manos de terciopelo → es una metáfora

Ironía

La ironía es una figura retórica que consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice: burlarse de un calvo llamándole "peludo".

(...)La Ironía utiliza un tono de expresión a menudo burlesco.

⁶⁶ GRIJELMO, Álex. La Gramática Descomplicada.2008.p.319

Metáfora

La Metáfora es una figura retórica que consiste en identificar un término real (R) con otro imaginario (I) existiendo entre ambos una relación de semejanza.

La Metáfora es una poderosa herramienta que enriquece la expresividad y además permite transmitir ideas complejas en pocas palabras.⁶⁷

GÉNEROS DE OPINIÓN

El editorial

“El editorial propiamente dicho, es decir, aquella columna de opinión explícita, es sólo una unidad de la “opinión total” del diario representada por la totalidad de la llamada: página editorial.”⁶⁸

Bartolomé Mostaza, editorialista español de “Ya” escribía en los años 50: “Más que una sección (...) los editoriales son una de las tres dimensiones básicas del periodismo: la dimensión de profundidad. La que, precisamente, da al periodismo autoridad y consistencia y jerarquiza en planos su contenido. Sin editoriales, el periódico quedaría reducido a mera superficie; no sería el cuerpo de la actualidad, sería su espectro (...) La noticia da el parte diario de lo sucedido; el editorial interpreta el “sentido” de ese parte o previene lo que en las profundidades de la colectividad humana se está fraguando o va a estallar de un momento a otro.”⁶⁹

Sobre el concepto de opinión pública

“Opinión pública” significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, representativa o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y programas.”⁷⁰

⁶⁷ Retoricas.com (2018). "Ejemplos de Metáfora". Recuperado de:
<https://www.retoricas.com/2009/06/15-ejemplos-de-metafora.html>

⁶⁸ GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Ecuador. 1982. P. 240.

⁶⁹ MOSTAZA, Bartolomé. El periodismo- Teoría y práctica, Citado por GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Quito: Editorial Belén, 1982. P. 240.

⁷⁰ HABERMAS, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública. 1990. p. 261.

Responsabilidad ética

Tanto desde el punto de vista ético como jurídico, el término responsabilidad es quizás de los más esenciales y complejos, porque no sólo implica una reflexión individual, sino también una relación con los demás. En la medida en que alguien es responsable, se le puede pedir cuentas de sus actos y reparación si esos actos afectan a terceros. La reparación, en este caso, puede ser de índole moral (a través principalmente del reconocimiento del error), o jurídica (pecuniaria o aún, si bien ha cambiado un tanto en el derecho penal la teoría de ojo por ojo diente por diente y la pena tiene más sentido de rehabilitación que de castigo, un resarcimiento mediante la privación de libertad).⁷¹

Anota Mac Bride⁷² que: “Como cualquier otro ciudadano, el periodista debe velar para no ejercer su propia libertad de modo que vaya en detrimento de la libertad ajena. No puede eludir la responsabilidad que asume ante sus conciudadanos, y ante las demás naciones. En toda colectividad hay normas admitidas que tiene que respetar los órganos de la información y los periodistas considerados individualmente”.

“Ninguna responsabilidad en medio alguno de difusión es tan pesada como la del hombre que toma las decisiones relacionadas con la publicación de las noticias. El hombre que decide qué sucesos poseen la característica de noticia es el que trabaja sobre una sólida base de experiencia periodística.”⁷³

El artículo

Martínez Albertos dice que el concepto integral de artículo, sin embargo, se refiere a un comentario periodístico que sustenta los hechos noticiosos recientes. En todo caso, el fin principal no es informar al lector, sino formar su opinión sobre hechos importantes, relevantes, de la vida social.

⁷¹ HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, *Ética para periodistas*. 1991. p.296.

⁷² MACBRIDE, Sean. *Un solo mundo, voces múltiples*, Fondo de Cultura Económica, citado por HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío. *Ética para periodistas*. 1991. p.302.

⁷³ CHARNLEY, Mitchell V., *Periodismo informativo*, citado por HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío. *Ética para periodistas*. 1991. p.305.

Para saber con claridad qué hacer cuando a alguien se le encarga la tarea de redactar un artículo, la sensatez conduce a averiguar y comprender con plenitud qué es un artículo. Es obvio: imposible resulta construir algo cuya idea no ha sido concebida. De manera genérica, el artículo es cualquier texto de opinión. Pero, la acepción que se acuñó en las salas de redacción entraña un escrito de mayor extensión insertado en periódicos y otras publicaciones análogas (DRAE). Lo representativo en este género (que abarca a sus hermanos) consiste en la posición individual ante los hechos, de los cuales se informa y se opina; y estos se enlazan para graficar un movimiento de ideas, sujetas unas a las otras con eslabones coherentes, sobre todo si los articula experto en el tema que se aborde.⁷⁴

La Columna

Martín Vivaldi dice que la columna es un género periodístico que, en realidad, no es más que una especie de crónica, que de hecho puede abarcar todos los temas posibles. El “columnista”, en la práctica, es un escritor o periodista que habitualmente dispone de un espacio determinado en el periódico-la columna-para escribir, con libertad de elección, sobre temas de actualidad. La columna, como la crónica, debe ser interpretativa y valorativa de hechos noticiosos. Lo cual no impide que haya columnistas, que por su estilo, tiendan hacia el reportaje, y quienes se inclinen hacia el artículo doctrinal ensayista.⁷⁵

⁷⁴ Martínez ALBERTOS, José Luis. Redacción periodística, Citado por GARCÍA P., Víctor Manuel. Gutiérrez C., Liliana María. Manual de géneros periodísticos. Bogotá: ECOE Editores, 2011.P.188.

⁷⁵ MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. Géneros periodísticos, Citado por GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Quito: Editorial Belén, 1982.p. 218.

La crítica

Resulta equivocado asumir el término crítica con ese acto que conduce a entresacar los defectos del objeto que se analiza. Algo muy equivocado. Quizás en el lenguaje coloquial esa acepción encaja en los oficios de los inoficiosos, de aquellos frustrados, envidiosos, quienes por cuenta propia jamás logran superar las acciones criticadas. Posiblemente, a ello se deba en gran medida la errónea fama de los periodistas a quienes aún les falta descubrir y centrar sus tareas en valorar de manera precisa las obras humanas.

La crítica periodística, por supuesto, entraña una muestra diferente. Esta es una actividad intelectual cuyo propósito consiste en valorar las manifestaciones del espíritu concebidas en la materia, en el sonido, en la imagen. La actitud del crítico, por tanto, ha de ser ecuánime, respetuosa y precisa al momento de identificar los méritos ajenos. El periodista centrado en este empeño se imbuje en el ámbito cultural, en todo instante; conoce las realizaciones actuales artísticas y acata la conciencia de que reproduce, interpreta y propaga el arte en todas sus expresiones. A diferencia de la reseña, donde solo se informa, aquí en la crítica, aparte de transmitir la noticia acerca de la existencia o representación de una obra, debe definirse el tema, al autor, examinar el estilo, ayudarle al lector a elegir lo mejor o lo más conveniente. Porque posee mayores elementos de juicio, cultura amplia, experiencia y dotes artísticas, se sobreentiende que un crítico distingue y comprende para orientar.

¿Cuáles serían, entonces, sus campos de acción? Integran la lista de invitados frecuentes a sus páginas la danza, el teatro, la música, la escultura, la pintura, la literatura, el cine, la gastronomía, etc.⁷⁶

⁷⁶ GUTIÉRREZ, Juan. Periodismo de opinión, Citado por GARCÍA P., Víctor Manuel; GUTIÉRREZ C., Liliana María. Manual de géneros periodísticos. Bogotá: ECOE Editores, 2011. P. 205-206.

La carta al director

Otro recurso para exponer los puntos de vista acerca de cualquier situación o hecho noticioso se evidencia en las cartas de los lectores. Esta es quizá una de las pocas opciones con que cuentan los receptores para tratar sus consideraciones a la luz pública, aparte de la labor que adelantan los defensores del lector en algunas publicaciones. Se le designa a veces como Cartas al director, pero su esencia es la misma. Sin embargo, estos comunicados, que a diario saturan las salas de redacción, se sujetan a las disposiciones y las políticas que para tal efecto originan en las empresas informativas. La edición, se dice que por cuestiones de poco espacio, debe aplicarse también a la correspondencia que se ha de publicar. No siempre en el traje final de un periódico las cartas de los lectores incluyen los datos originales. Por supuesto, el cuidado en esta tarea resulta exhaustivo para el editor. En cuanto al contenido, si se quiere destacar una imparcialidad o por lo menos un equilibrio en la carga de opiniones del paquete informativo, se recomienda incluir las posiciones ojalá contrarias a la doctrina del medio de comunicación. Ello genera mayor confianza y respeto en los receptores, y permite de alguna manera la democracia en las perspectivas expuestas en torno a un hecho específico.⁷⁷

Ruta metodológica

El tipo de investigación es de carácter cuantitativo porque garantiza la producción de conocimiento respecto a un tema determinado, en este caso el análisis del contenido de la línea editorial del periódico local El Mundo; con el propósito de examinar los editoriales para proceder luego a su interpretación desde la perspectiva del investigador, analizando el manejo de contenido inherentemente construido por múltiples posiciones éticas y políticas; con el contexto y circunstancias en que converge el artículo redactado y publicado (editorial).

⁷⁷ SANTAMARÍA, Luisa. El comentario periodístico. Los géneros persuasivos, Citado por GARCÍA P., Víctor Manuel; GUTIÉRREZ C., Liliana María. Manual de géneros periodísticos. Bogotá: ECOE Editores, 2011. P.194-195.

El paradigma concerniente a este trabajo de grado es el histórico-hermenéutico. La hermenéutica implica como enfoque de investigación una labor de comprender e interpretar un fenómeno o una realidad, siempre interpretándose dentro de su contexto histórico y social, tratando de entender las realidades actuales y percepciones humanas.

Delimitación

El sujeto analizado es la sección editorial del periódico El Mundo, publicada en la edición impresa durante el periodo comprendido del 1 de febrero al 31 de marzo de 2017.

Se comenzó con la recolección de la tirada diaria de la editorial, pero cabe decir que desde la publicación del domingo 12 de febrero de 2017, El Mundo por decisiones internas decide cambiar su frecuencia de publicación y pasa a imprimir periódico sólo los días domingo quedando los seis días restantes (lunes a sábado) con publicaciones cortas de distribución gratuita y que no poseían editorial para el proceso de análisis. Por consiguiente el número de editoriales recolectadas disminuyó en esos dos meses dando un total de muestra de 18 editoriales. Se escanean para tener un respaldo digital de dichos documentos, luego se procede a sacar fotocopias, las cuales serán la mesa de trabajo, lo que se subrayará.

Se diseña una tabla con unos ítems, esta será la ficha de análisis, determinando cuáles de ellos encajaban y cuáles podría descartar por simple banalidad de acuerdo a los parámetros que se deciden seguir. Los que se establecieron fueron los más precisos de acuerdo a la sentencia del investigador.

La ficha de análisis tiene ítems que se identificaban con un color, cuando se lee una editorial y se identifica algún ítem, este se subraya con el color correspondiente e inmediatamente se sube a la ficha de Excel. Si esa palabra identificada (ítem) se repite, se pone un número que aumenta a medida que aparece nuevamente.

Una tabla en Excel será la guía que se irá llenando. Todas y cada una de las editoriales a analizar se demostrarán en la ficha de análisis si aplica el ítem.

ANÁLISIS DE CONTENIDO																
EDITORIALES	CITAS		FIGURAS RETÓRICAS				CIFRAS	TIPOLOGÍA TEXTUAL			ADJETIVOS CALIFICATIVOS	HAY IDEOLOGÍA	LÉXICO ESPECIALIZADO	ORACIONES EXCLAMATIVAS	DATOS HISTÓRICOS	INSTITUCIONES
	DIRECTA	INDIRECTA	HÍPERBOLE	SÍMIL	IRONÍA	METÁFORA	CUÁLES	NARRATIVO	INFORMATIVO	ARGUMENTATIVO	CANTIDAD	CUÁLES PARTIDO	CUÁLES	CUÁLES	CUÁLES	CUÁLES
feb-01																
feb-02																
feb-03																
feb-04																
feb-05																
feb-06																
feb-07																
feb-08																
feb-09																
feb-10																
feb-11																
feb-12																
feb-19																
feb-26																
mar-05																
mar-12																
mar-19																
mar-26																

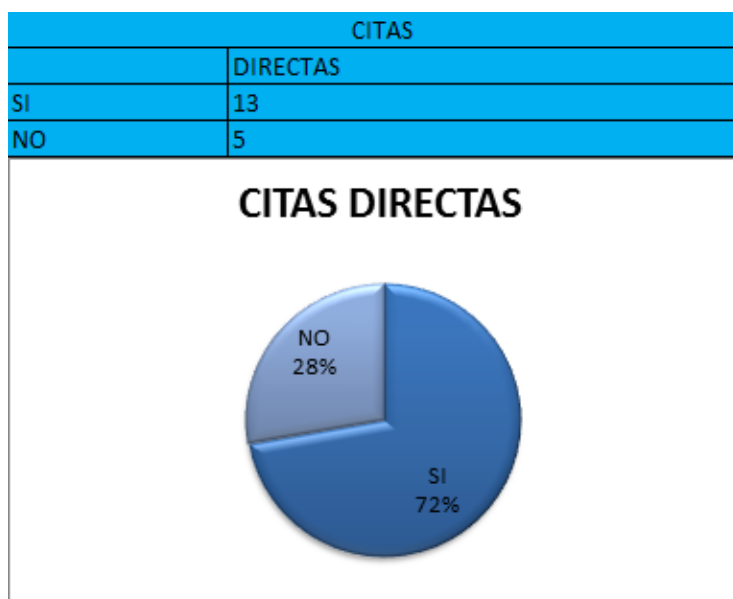
En el proceso de llenar la tabla/ficha de análisis, hubo casillas que quedaron vacías porque no aplicaban, además cabe destacar que en ciertos ítems por su importancia e incidencia en una redacción, abundaban en su presencia en cada “artículo”.

A pesar de que el investigador realizó una selección apropiada de ítems que podían encontrarse durante el análisis, ninguna editorial llenaba todas las casillas. La relectura de las editoriales era fundamental para la identificación de ítems, puesto que a la primera vez no se identificaban algunos, así como la ayuda del diccionario por la aparición de palabras que son dubitativas para en ciertos casos subrayarlas como ítems.

Al quedar tabulados la cantidad de ítems propuestos, estos pasan a ser interpretados en porcentaje, valga decir; su aparición, repetición y/o utilización de dentro del texto, editorial. En las gráficas se puede observar la forma en que se concluye los ítems que fueron susceptibles de análisis.

Resultados

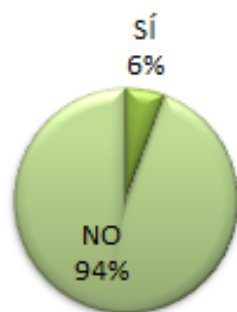
De las 18 editoriales analizadas, en 13 hay mención de citas directas, equivalente al 72% del universo analizado. En tres de las editoriales que equivalen al 28% hay ausencia de citas directas.



El resultado muestra presencia de cita indirecta en una editorial, equivalente al 6% del universo y muestra. En 17 editoriales, es decir el 94% de la muestra hay ausencia de citas indirectas.

CITAS	
	INDIRECTAS
SÍ	1
NO	17

CITAS INDIRECTAS



Las figuras retóricas aplicadas en la investigación varían. Inicialmente la hipérbole aparece tan sólo en una editorial de las 18 que son la muestra, equivalente al 6%, mientras que en el 94% restante que equivale a 17 editoriales hay ausencia de esta figura retórica.

En la muestra de la investigación, que son 18 editoriales y equivalen al 100% del universo, hay ausencia de símil o comparaciones.

Se da prioridad a la información con matices argumentativos como bandera de la editorial. Se informa de un hecho con ayuda de cifras y datos que sirven de apoyo para la construcción de la editorial.

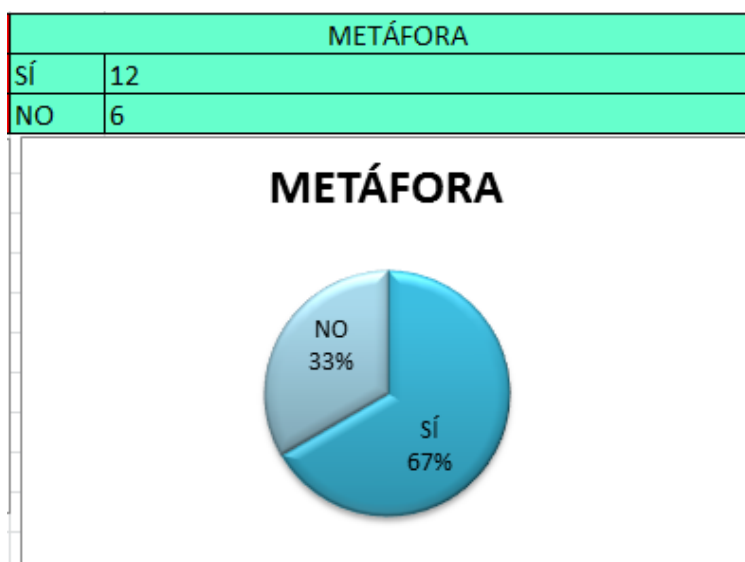
La ironía aparece en 11 de las 18 editoriales, abarcando un 68% de la muestra y en 7 de ellas, es decir el 61% hay ausencia.

La metáfora es la figura retórica que más se utiliza en el lenguaje, sea escrito o verbal, y obviamente la redacción de la editorial no es ajena a este fenómeno. Inherentemente la metáfora está presente en el lenguaje en los resultados de la investigación se muestra que hace presencia en 12 editoriales, equivalente al 67%, y en 6 de las editoriales, es decir, el 33% hay ausencia de metáforas.

“Se lavó las manos” y “Tiró la papa caliente” entran en un contexto de política de protección animal.

“Cazar brujas” entra en un contexto de justicia en el postconflicto colombiano.

“Y la pérdida de seis meses de colchón” entra en un contexto de ley y civismo enmarcado en la constitución.



El resultado que arrojó el análisis de contenido en el ítem de Cifras, se puede ver que hay presencia de estas en 17 de las 18 editoriales analizadas, es decir, en el 94% del universo. En una editorial hay ausencia de cifras, este valor equivale al 6%.

La tipología textual de carácter narrativo sólo hace presencia en una editorial siendo el 6% de la muestra, y su ausencia está reflejada en las 17 editoriales restantes equivalente al 94%.

Una de las editoriales arroja que la tipología textual es informativa, equivalente al 6%, mientras que el 94% restante, es decir, 17 editoriales indican hay “ausencia” de tipología informativa.

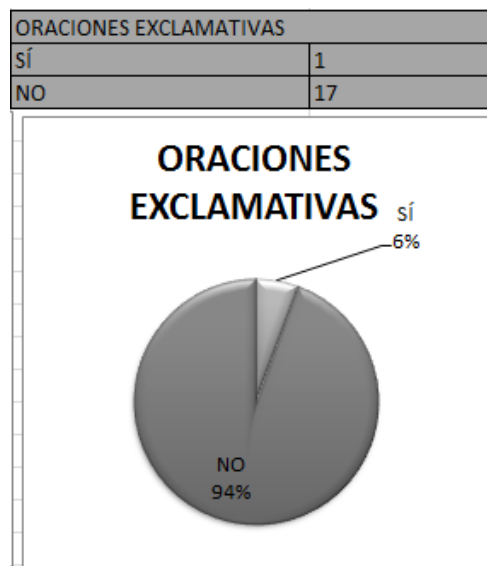
La tipología textual de carácter argumentativa aparece en 10 editoriales de las 18 analizadas, equivalente al 56%. En 8 hay ausencia de tipología argumentativa, es decir, el 44%.

En la totalidad de las editoriales hay presencia de adjetivos calificativos. Son palabras que inherentemente están presentes en los textos y conversaciones. Adjetivos que expresan virtudes, defectos, gentilicios, analíticos, volumen, tamaño.

El resultado de este ítem es equivalente al 94% mostrando que no hay ideología política.

El léxico especializado hace presencia en 11 editoriales equivalente al 61% de la muestra analizada. En 7 editoriales, es decir, el 31% hay ausencia de léxico especializado.

Las oraciones exclamativas sólo hacen presencia en una editorial, siendo esto tan sólo el 6% de la muestra analizada. El 94 % del universo analizado, es decir, 17 editoriales, hay ausencia de oraciones exclamativas. Las expresiones con signos de exclamación e interjecciones son recursos que no utiliza la línea editorial a la hora de redactar sus editoriales.



El resultado hallado en las 18 editoriales analizadas muestra que en 2 de ellas hay mención de datos históricos equivalente al 11% de la muestra, mientras que el 89% , es decir, 16 editoriales hay ausencia de datos de carácter histórico.

En la totalidad de las editoriales, es decir, en el 100% hay mención de instituciones de diferente índole con diversas funciones, pero que encajan con la actualidad de la redacción de la editorial que se expone.

CONCLUSIONES

El análisis de contenido como toda investigación que se haga, lleva a la generación de nueva información que sirve para que diferentes públicos puedan usar como base a la hora de comparar, examinar, contrastar y /o confrontar con otras investigaciones de línea similar.

Acorde a la entrevista realizada a la subdirectora del periódico, plasmada en esta investigación, se encontró correlación entre ciertas categorías planteadas por el investigador y la línea editorial del periódico.

- Las citas directas hacen presencia en la mayoría de las editoriales analizadas mostrando que existe una correlación con el ejercicio ético y responsable mencionado por Luz María Tobón Vallejo en la entrevista realizada a ella respecto a la utilización de citas directas en la construcción de la editorial. Se incluyen frases de terceros, previamente identificados que sirven de apoyo o sustentación en la redacción del artículo, mostrando así un manejo meticuloso, serio y cuidadoso en la construcción semántica de las editoriales.
- La cita indirecta sólo hace presencia en una editorial mostrando así correlación entre el resultado hallado y el uso ético y responsable que el periódico maneja a la hora de poner frases expresadas por personas que se mencionan en el artículo, sin adjudicarse El Mundo la autoría de dichas frases, manteniendo así un respeto hacia la “propiedad intelectual” independientemente de los beneficios o perjuicios que se deriven de la utilización de citas en la construcción semántica de la editorial.
- Las figuras retóricas analizadas en la investigación dieron diversos hallazgos. La hipérbole aparece tan sólo en una editorial, la no utilización de esta figura es porque no hay intención de exagerar la redacción ni atraer miradas morbosas del público lector a consta de expresiones vistas como excesivas.
- Hay ausencia de símil o comparaciones. Se da prioridad a la información con matices argumentativos como bandera de la editorial. Se informa de un hecho con ayuda de cifras y datos que sirven de apoyo para la construcción de la editorial.
- La ironía aparece en la mayoría de las editoriales, representada como mofa de una situación, persona o institución; pero siempre manteniendo un control ético y responsable sobre lo expresado evitando así rayar en el insulto, la burla e incluso el agravio. Simplemente es una manera crítica de ver las cosas.
- La metáfora es la figura retórica que más se utiliza en el lenguaje, sea escrito o verbal, y obviamente la redacción de la editorial no es ajena a este fenómeno.
- El uso de cifras es inherente en la editorial del periódico en la medida en que la exposición de estas, muestra que se está dando una información contundente, verificable y confiable.

- El carácter narrativo sólo hace presencia en una editorial dándole prevalencia al carácter argumentativo de las redacciones. La construcción editorial trasciende el proceso comunicacional a un plano argumentativo, eso sí, mostrando transversalidad con la parte de la tipología informativa. Para opinar hay que argumentar, y esa argumentación debe ir ligada a información verificable y contrastable.
- Los adjetivos calificativos son inherentes en las editoriales. El lenguaje verbal y escrito estará íntimamente acoplado a la utilización de recursos que le permitan decorar una situación, lugar, fenómeno, persona, etc.; reforzando así el peso gramatical de un texto.
- No hay ideología política que defina la editorial del periódico. La libertad y autonomía del individuo graficados en la libertad de expresión, de conciencia y de opinión, le permiten a El Mundo desplazarse por cualquier línea crítica, eso sí, siempre guardando la cordura y el respeto.
- El léxico utilizado en la redacción ayuda al público de una manera más profunda a deliberar, compartir y tomar decisiones.
- Las expresiones con signos de exclamación son ausentes en la editorial, esto es para no pretender maquillar o sobredimensionar una postura crítica de un suceso.
- Fundamentarse en acontecimientos del pasado siempre será una base informativa veraz y certera de la editorial, ahí se está evidenciando el compromiso ético del periódico en el tratamiento que le dan a su editorial.
- La mención de instituciones de diferente índole con diversas funciones, encaja con la actualidad de la redacción y el manejo periodístico de la editorial.

DISCUSIÓN

El análisis de contenido puede plantearse de diversas formas, esto va de acuerdo a la decisión de cómo el investigador abordará el tema, diseñando una categorización que le permitirá seleccionar, identificar y ubicar los ítems encontrados.

En el “Un análisis de contenido de las publicaciones del congreso latinoamericano y del caribe sobre espíritu empresarial” se analiza durante un lapso extenso aunque solo suele darse en ciertas épocas. Aquí se puede analizar un mismo fenómeno que tiene una periodicidad determinada dejando lapsos amplios que no modifican o alteran el proceso investigativo.

Investigaciones como lo son “Análisis de los trabajos de grado de la Especialización en Educación y Gestión Ambiental de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas”, pueden resultar en cierta medida redundantes, puesto que a la postre se está haciendo un análisis de otros análisis y la producción de “nueva” información se ve restringida a la simple reunión o recolección de información de otros trabajos de grado.

Una mirada a un medio periodístico, así es “Terrorismo y política dominan las portadas de la prensa vasca. Análisis de contenido y superficie de las primeras páginas de los diarios autonómicos”, un análisis de contenido donde el investigador se basa simplemente en identificar toda la tipología informativa que aparece de acuerdo a los temas para luego tabularla.

En “El tratamiento del cannabis en la prensa española” se muestra cómo la información relevante a este tema es abordada por ciertos periódicos. El tratamiento que se le da de sí es noticia, reportaje, entrevista, opinión u otros.

Las categorías establecidas por el investigador suelen parecer más globales, aunque no dejan de parecer específicas y pormenorizadas.

Se muestra particular la investigación “Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido”, donde un análisis textual no aparece y se le realiza más bien a fotografías y su frecuencia de aparición para luego tabularlo y especificarlo de manera comprensible.

A un gráfico enmarcado en un medio de comunicación se le puede hacer un análisis de contenido.

REFERENCIAS

BERELSON, Bernard, citado por KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. 1980. P. 29

CHARNLEY, Mitchell V., Periodismo informativo. Buenos Aires. : Editorial Troquel, 1976.490p.

Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Tipos de discursos". Recuperado de: <http://www.tiposde.org/general/56-tipos-de-discursos/>

GARCÍA P., Víctor Manuel, GUTIÉRREZ C., Liliana María. Manual de géneros periodísticos. 2ª ed. Bogotá DC: ECOE Editores, 2011. 342 p. ISBN 958-648-731-3.

GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Quito: Editorial Belén, 1982. 291 p.

GRIJELMO, Álex. La Gramática Descomplicada. Taurus castellano 2008.464p. ISBN 9788430606061.

HABERMAS, Jurgen. Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública. Versión castellana de Antoni Domenech con la colaboración de Rafael Grasa. II Edición. Barcelona.: Editorial Gustavo Gili, S.A., 1981. ISBN 84-252-1069-0

HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, Ética para periodistas. 1ª Edición. Bogotá. : Tercer Mundo Editores, 1991. 292p. ISBN 9586013162.

<https://minas.medellin.unal.edu.co/departamentos/geocienciasymedioambiente/unidaddocumentacion/2-institucional/96-cita-directa-o-textual-corta.html>

Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2008.

Definición de: Definición de ideología (<https://definicion.de/ideologia/>)

KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica. Barcelona. : Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 1990. ISBN 84-7509-627-1.

LOPEZ NOGUERO. El análisis de contenido como método de investigación [En línea].XXI, Revista de Educación, 4(2002), p.170.Universidad de Huelva. Disponible en internet: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1>

MACBRIDE, Sean. Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo. México, D.F. ISBN 968-16-2774-1.

Retoricas.com (2018). "Ejemplos de Metáfora". Recuperado de: <https://www.retoricas.com/2009/06/15-ejemplos-de-metafora.html>

7. REFERENCIAS

BERELSON, Bernard, citado por KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. 1980. P. 29

CHARNLEY, Mitchell V., Periodismo informativo. Buenos Aires. : Editorial Troquel, 1976.490p.

Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Tipos de discursos". Recuperado de: <http://www.tiposde.org/general/56-tipos-de-discursos/>

GARCÍA P., Víctor Manuel, GUTIÉRREZ C., Liliana María. Manual de géneros periodísticos. 2ª ed. Bogotá DC: ECOE Editores, 2011. 342 p. ISBN 958-648-731-3.

GARGUREVICH, Juan. Géneros periodísticos. Quito: Editorial Belén, 1982. 291 p.

GRIJELMO, Álex. La Gramática Descomplicada. Taurus castellano 2008.464p. ISBN 9788430606061.

HABERMAS, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública. Versión castellana de Antoni Domenech con la colaboración de Rafael Grasa. II Edición. Barcelona.: Editorial Gustavo Gili, S.A., 1981. ISBN 84-252-1069-0

HERRÁN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, Ética para periodistas. 1ª Edición. Bogotá. : Tercer Mundo Editores, 1991. 292p. ISBN 9586013162.

<https://minas.medellin.unal.edu.co/departamentos/geocienciasymedioambiente/unidaddocumentacion/2-institucional/96-cita-directa-o-textual-corta.html>

Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2008.

Definición de: Definición de ideología (<https://definicion.de/ideologia/>)

KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica. Barcelona. : Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 1990. ISBN 84-7509-627-1.

LOPEZ NOGUERO. El análisis de contenido como método de investigación [En línea].XXI, Revista de Educación, 4(2002), p.170.Universidad de Huelva. Disponible en internet: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1>

MACBRIDE, Sean. Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo. México, D.F. ISBN 968-16-2774-1.

Portal Educativo [en línea] ,3 de enero de 2009.Disponible en internet:

<https://www.portaleducativo.net/septimo-basico/318/Generos-periodisticos-cronica-noticia-reportaje-entrevista>

Retoricas.com (2018). "Ejemplos de Metáfora". Recuperado de:

<https://www.retoricas.com/2009/06/15-ejemplos-de-metafora.html>

Entrevista a Luz María Tobón Vallejo subdirectora del periódico El Mundo.

8. ANEXOS

8.1 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

[-Ficha de análisis de contenido del trabajo de grado.xlsx](#)

-Transcripción de entrevista a Luz María Tobón Vallejo

Periodista y subdirectora del periódico El Mundo.

Profesora universitaria, defensora del periodismo como instrumento para la construcción de democracia.

Convencida de la formación de ciudadanía, a través de los medios de comunicación, la acción empresarial y el desarrollo social.

¿El periódico El Mundo tiene una línea política?

No, el periódico El Mundo tiene una línea ético-política que es distinto, porque tener una línea política es pertenecer a un partido político, militar en él, y no.

Nosotros nacimos como periódico liberal hasta hace ocho años; en ese momento los que tenían la mayoría de acciones del periódico El Mundo deciden ceder sus acciones a una fundación; esa fundación se llama FundaMundo y es nuestra propietaria, y esa propietaria nos ordena definir una línea ético-política que es distinta a una línea política. ¿A qué le apuesta esa línea ética-política? , es una fundación que utiliza medios y estrategias de comunicación para contribuir a la formación de ciudadanos felices. ¿Qué es ciudadanía feliz?, es impulsar, incentivar, desarrollar las capacidades argumentativas, deliberativas y participativas de los ciudadanos.

Desde el periódico El Mundo, finalmente le sirve así; nuestro marco ético, defendiendo la democracia liberal, es decir, la plena libertad de los derechos humanos y la libertad de empresa, además de la autonomía del individuo, eso nos

pone muy cerquita de Soro y otros pensantes. Pero también defiende los derechos humanos, la paz y la no violencia. Creemos en las sociedades en las que el Estado tiene el legítimo monopolio de las armas y jamás las usa contra los ciudadanos, y en sociedades que funcionan en pro del bien común, del bien general y cuyo marco general es la protección y garantía de los derechos humanos, la equidad.

Nuestra fuerza fundamental es las sociedades equitativas a través de la democracia, la participación ciudadana y la inversión social. Defendemos la sostenibilidad, o sea creemos en un mundo en el que el hombre y la naturaleza puedan vivir armónicamente y que el trabajo humano sea para garantizar la preservación de tanta naturaleza como garantice la vida humana y tanto desarrollo humano como genere equidad y obviamente somos unos defensores de la libertad de expresión, de conciencia y de opinión y desde el derecho ciudadano, la información. Y se convierte en un marco político porque es un marco de formación de ciudadanía. A nosotros nos interesa que los lectores de El Mundo conozcan y comprendan de estos valores de los que estamos hablando y que sean partícipes de ellos e intervengan e incidan en el destino de la sociedad.

¿Qué busca el periódico con la editorial?

Información. El papel de la información es darle al ciudadano unas guías y suficientes elementos para entender qué es lo que está pasando; y nuestra prioridad siendo un periódico formador para nosotros es noticia lo que tiene interés

público, lo que es actual, lo que es cercano, lo que es trascendente y ya sí lo que te impacta; entonces, sobre esa asociación nosotros escribimos el editorial.

El fin de la editorial es hacer una perspectiva crítica de lo qué le está pasando a la sociedad. Desde esa visión crítica acompañar al ciudadano para que entienda y tome postura frente a los problemas; y en consecuencia decida sobre esos problemas. Y poner alertas sobre esos temas.

¿Hay límites en la redacción de una editorial?

El espacio que es tan pequeño.

El editorial de El Mundo es construido en una conversación, en la que estamos la directora y muchas veces el jefe de redacción y no siempre estamos de acuerdo. La directora es más institucionalista y yo soy más humanista. Cada una tiene un punto más fuerte que la otra. Esa conversación nos permite modular ambos puntos de vista. No hay límite de temas, ni de enfoques.

¿Es éticamente responsable una editorial?

Total, una editorial representa una perspectiva ética de ese medio de comunicación; en ese sentido da una visión moral de las situaciones de la realidad, moral y política. Es un ejercicio de crítica, de razón práctica.

¿La editorial busca crear seguidores, o simplemente lectores habituales?

Generar conversaciones.

Ninguno; y tampoco detractores. Aspiramos a poner un punto de vista que se considere entre los puntos de vista que una sociedad esté conversando.

¿La editorial es pasional?

No, somos muy frías (Luz María Tobón y la directora). No reconocemos novios, ni contradicciones, ni batallas. Las emociones no van en nuestra manera de escribir.

