



ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PRESENTACIÓN DE LAS NOTAS DE NOTICIAS
CARACOL DURANTE EL PARO NACIONAL DEL 28 DE ABRIL. REPRESENTACIÓN
MEDIÁTICA DE LA PROTESTA SOCIAL EN COLOMBIA.

Daniel Correa Hernández

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Sede Principal
Bogotá D. C. - Sede Principal
Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social
Octubre de 2021

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PRESENTACIÓN DE LAS NOTAS DE NOTICIAS
CARACOL DURANTE EL PARO NACIONAL DEL 28 DE ABRIL. REPRESENTACIÓN
MEDIÁTICA DE LA PROTESTA SOCIAL EN COLOMBIA.

Daniel Correa Hernández

Tesis de maestría presentada como requisito para optar al título de Magíster en
Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Asesor

Sergio Alvarado Vivas

Doctor en Comunicación y Ciencias Sociales URJC

Magíster en Comunicación y Problemas Socioculturales URJC

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Bogotá D. C. - Sede Principal

Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Octubre de 2021

DEDICATORIA

Dedicado a todas las víctimas del conflicto derivado del Paro Nacional 28a hasta su fin.

Daniel Correa

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por darme este regalo que anhelaba desde que descubrí que quería ser comunicador. Mi Señor, todo lo que hago y tengo es por ti y para ti.

Gracias a mi esposa Adri e hijas Sari y Jana que dieron de su tiempo y espacio para que yo pudiese cumplir todos mis objetivos personales. Ellas han sido la motivación para no bajar los brazos y terminar mis procesos. Amor gracias, ¡lo hicimos! Mis hermosas las amo, espero ser un mejor padre, no por los títulos sino por el tiempo que tengamos juntos.

Gracias a mis padres por su apoyo incondicional, son un pilar fundamental de mi vida. Madre me viste luchar y acá están los frutos de un esfuerzo que también fue tuyo. Padre gracias por tu apoyo y creer en mí, mi agradecimiento por siempre.

Quiero agradecer a mis compañeras y compañeros de esta maestría que se convirtieron en mis amigas y amigos para toda la vida. Sus risas, reflexiones y abrazos se quedan en mí.

Gracias a mi tutor Sergio por su entusiasmo, guía y ánimo. Mis respetos y mi admiración para él.

Gracias a mis jefes Olga Lucía Zuluaga y Carolina Plata por su apoyo en este proceso, el tiempo dado para estudiar y su comprensión fue indispensable.

Finalmente quiero agradecer al profesor que me dio la primera clase y que me inspiró para aprender y desaprender tanto en estos años. A Iñaki mi más sentido agradecimiento.

Daniel Correa

CONTENIDO

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1 Descripción del Fenómeno.....	13
1.2 Pregunta de investigación	19
1.3 Objetivo General	19
1.4 Objetivos específicos.....	20
1.5 Justificación.....	20
2 MARCO REFERENCIAL	22
2.1 Antecedentes	22
2.1.1 Antecedentes Nacionales	22
2.1.2 Antecedentes Internacionales.....	25
2.2 Marco Teórico	29
2.2.1 Los medios en Latinoamérica y su poder.....	29
2.2.2 Los medios en Colombia y su poder	32
2.2.3 Representaciones sociales	34
2.2.4 Representaciones y los medios	35
2.2.5 La Mediación social.....	38
2.2.6 Agenda setting	39
2.2.7 Construcción de la noticia	41
2.2.8 Negativismo Mediático	44
2.2.9 Síntesis General.....	44
3 MÁRICO METODOLÓGICO.....	46
3.1 Método	46
3.2 Modelo de Martín Serrano.....	47
3.3 Fuente de datos	48
3.4 Técnica de recolección de datos	49
3.5 Técnica de procesamiento de datos.....	49

3.6	Técnicas de análisis de datos	52
3.7	Confiabilidad y validez.....	53
4	RESULTADOS	54
4.1	Temas	54
4.2	Protagonistas	57
4.3	Tonos	62
4.4	Mensaje.....	64
4.5	Falacias.....	69
4.6	Consideraciones finales	73
5	CONCLUSIONES.....	78
6	RECOMENDACIONES.....	81
	REFERENCIAS.....	82

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Síntesis general de las teorías investigativas	45
Tabla 2. Libro de Códigos	50
Tabla 3. Matriz de Análisis	52
Tabla 4. Temas	55
Tabla 5. Protagonistas	57
Tabla 6. Rol del protagonista	60
Tabla 7. Tonos	63
Tabla 8. Asociación / Oposición	69
Tabla 9. Cortina de humo	70
Tabla 10. Suposiciones sin pruebas	71
Tabla 11. Repetición obsesiva	72
Tabla 12. Incremento eventual	72
Tabla 13. Agenda Setting y Representaciones Mediáticas de Noticias Caracol durante la cobertura del Paro Nacional 2021 en Colombia	75

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Modelo Dialéctico de la Comunicación de Martín Serrano	48
Figura 2. Temas	55
Figura 3. Protagonistas	57
Figura 4. Rol protagonistas	61
Figura 5. Tonos	64
Figura 6. Nube de palabras - Acto	65
Figura 7. Nube de palabras – Objetivo del protagonista	66
Figura 8. Nube de palabras – Valores que definen al protagonista	67
Figura 9. Nube de palabras – Atributos del protagonista	68
Figura 10. Asociación / Oposición	69
Figura 11. Cortina de humo	71
Figura 12. Suposiciones sin pruebas	71
Figura 13. Repetición obsesiva	72
Figura 14. Incremento eventual	73

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PRESENTACIÓN DE LAS NOTAS DE NOTICIAS CARACOL DURANTE EL PARO NACIONAL DEL 28 DE ABRIL. REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA PROTESTA SOCIAL EN COLOMBIA.

Daniel Correa Hernández

RESUMEN

Los medios en Colombia operan según el conflicto por informar, desde la mediación cognitiva y la información que comparten pueden responder a una agenda preestablecida donde los intereses particulares de los grupos que los respaldan pueden ser la prioridad y no respondan a la real necesidad de su audiencia sobre ser informados sobre la realidad sin ningún tipo de juicio de valor de por medio. Este fenómeno no queda exento a medios televisivos como Noticias Caracol, por ende, el objetivo de esta investigación fue analizar la agenda pública gestada desde la presentación de las noticias relacionadas con el Paro Nacional en Colombia del 2021, bajo un enfoque mixto transversal, descriptivo e interpretativo a través de la técnica del análisis de contenido para conocer los temas, protagonistas y tonos que conforman la agenda. La muestra consistió en 957 textos de la presentación de las notas de Noticias Caracol, que cubrieron el Paro Nacional desde el 28 de abril hasta el 16 de junio del año 2021. Los resultados indicaron que el tema con más prevalencia fue el Paro nacional, con un 67%, los protagonistas principales fueron los Manifestantes con un 50,68%, seguidos del Gobierno nacional con un 30,62% y los tonos más empleados fueron el Informativo, con un 45%, Descalificadores con un 16% y Denunciantes con un 15%. El estudio concluye que los medios de comunicación dan un favorecimiento al gobierno nacional por encima de los manifestantes, construyendo en los primeros una imagen positiva y en los segundos una negativa a través de representaciones mediáticas.

Palabras Clave: Representaciones Mediáticas, Análisis de Contenido, Agenda Setting, Paro Nacional 2021, Noticias Caracol.

CONTENT ANALYSIS OF THE PRESENTATION OF THE NOTICIAS CARACOL
NOTES DURING THE NATIONAL STRIKE ON APRIL 28. MEDIA REPRESENTATION
OF SOCIAL PROTEST IN COLOMBIA.

Daniel Correa Hernández

ABSTRACT

The Colombian media operate according to the conflict to inform, from cognitive mediation and the information they share can respond to a pre-established agenda where the particular interests of the groups that support them may be the priority and do not respond to the real need of their audience about be informed about reality without any kind of value judgment involved. This phenomenon is not exempt from television media such as Noticias Caracol, therefore, the objective of this research was to analyze the agenda setting created since the presentation of the news related to the National Strike in Colombia in 2021, this was carried out under a mixed transversal approach, descriptive and interpretive through the content analysis technique to know the themes, protagonists and tones that make up the agenda. The sample consisted of 957 texts of the presentation of the Noticias Caracol articles, which covered the National Strike from April 28 to June 16, 2021. The results indicated that the most prevalent issue was the National Strike, with 67%, the main protagonists were Protesters with 50.68%, followed by the National Government with 30.62% and the most used tones were Informative, with 45%, Disqualifiers with 16% and Complainants with a fifteen%. The study concludes that the media favor the national government over the protesters, building a positive image in the former and a negative image in the latter, through media representations.

Key Words: Media Representations, Content Analysis, Agenda Setting, National Strike 2021, Noticias Caracol.

INTRODUCCIÓN

Aunque la razón de ser de los medios de comunicación es la acción de informar imparcialmente, la mayoría funciona como un ente constructor de la realidad, generan noticias en torno a acontecimientos que responden a una visión partidista de los sucesos. Si analizamos con detalle las lógicas de las fuentes, medios, noticias y periodistas, podríamos llegar a una comprensión del porqué de la información que difunden y esto nos permitirá manejar una interpretación más crítica del mensaje que se nos transmite.

Este mensaje por lo general partidista y parcializado está presente en medios de comunicación colombianos, por lo que dentro de esta investigación se estudiará a un medio convencional, masivo y televisivo como lo es Noticias Caracol, el cual es uno de los principales medios a través del cual se informa el país y maneja un cubrimiento de la mayoría de los acontecimientos que suceden en Colombia. Sin embargo, en ocasiones, las noticias que construyen suelen estar cargadas de información desde un solo punto de vista que construye realidades, que no siempre es cierta, o muestra solo un fragmento de lo que realmente está sucediendo. Esto se ha podido comprobar realizando verificaciones de la realidad y contrastando con otros medios de comunicación alternativos muchos de ellos en las redes sociales digitales.

Principalmente, se busca conocer cómo ha sido la agenda gestada por Noticias Caracol en torno a los acontecimientos de movilizaciones sociales ocurridos en Colombia durante el año 2021 como consecuencia de los anuncios de una reforma tributaria. Para lograrlo, esta investigación en el Planteamiento del problema hará una descripción detallada de cómo los medios de comunicación tanto en el ámbito internacional, como a en Colombia suelen construir las noticias y sus representaciones. Veremos como diversos factores propios de la política y la comunicación social hacen efecto y participan durante el desarrollo de los fenómenos comunicativos propios de los medios para plantearnos el objetivo de analizar la agenda pública gestada desde la presentación de las noticias relacionadas con el Paro Nacional en Colombia del 2021 y explorar los temas predominantes, identificar los principales protagonistas presentados en las noticias y

determinar los tonos que prevalecieron en el medio durante el periodo de las movilizaciones sociales en Colombia.

En el marco conceptual se definirán los conceptos fundamentales para la investigación, estos serán los relacionados con los medios en Latinoamérica y su poder, los medios en Colombia y su poder, representaciones sociales, representaciones y los medios, la mediación social, *agenda setting*, construcción de la noticia y el negativismo mediático. Ello nos permitirá tener una comprensión superior de todos aquellos términos, teorías y conceptos que otros investigadores han desarrollado en el pasado, y cómo partiendo de ellos, llegamos a los términos que serán utilizados en este proyecto.

Seguidamente, en el marco metodológico se hará una descripción detallada de la metodología mixta bajo la que se realizó esta investigación, igualmente se describirá el método de Martín Serrano, los recursos de la fenomenología y la hermenéutica, así como todos los aspectos relacionados con las técnicas que se desarrollaron para la recopilación, procesamiento y análisis de los datos, destacando al análisis de contenido como técnica fundamental y el desarrollo de una matriz conformada por los textos de la presentación de las notas de Noticias Caracol, que cubrieron el Paro Nacional desde el 28 de abril hasta el 16 de junio del año 2021.

Mientras que en los resultados se presentarán los datos obtenidos a través del análisis de la matriz de contenido para desglosar posteriormente los datos cuantitativos y cualitativos que refieren a la manifestación de los temas, tonos, protagonistas y tonos pertenecientes a la agenda de Noticias Caracol. Además, en este capítulo se hará un proceso de análisis de algunas noticias y una triangulación de los datos contrastando lo dicho por Noticias Caracol, con una interpretación de la noticia y apartados teóricos relacionados con los fenómenos que la componen. Finalmente, en las conclusiones se hará una descripción de los resultados obtenidos de la investigación con base a los 3 objetivos específicos planteados y se anexará un apartado que describa el valor de esta investigación.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del Fenómeno

Las noticias representan una fuente de información con la capacidad de movilizar a algunas personas en relación con su contenido. Estas, en algunos casos, tienden a estar enfocadas bajo intereses económicos, políticos y/o sociales, que dependen en gran medida de las intenciones que guarden las cadenas encargadas de emitirlas y los efectos que pretendan generar con el modo en el que difunden la información. Un ejemplo de esto es que los exponentes de diversos medios pongan en escena noticias como el crimen, especialmente por nuestras consideraciones de que los medios son espacios donde se visibilizan los hechos de importancia pública y tienen una alta participación en la construcción de la realidad y los imaginarios sociales, de los que a su vez se nutren (Sánchez, 2010).

Por ello, podemos entender la construcción de la noticia como una representación generada por la interpretación dentro del contexto de los medios masivos, y con ello dar cuenta de algunos planteamientos implicados en su producción y su carácter problemático propio de la construcción mediática de un mundo posible circunscrito en el contexto de recepción y el fenómeno de la desmasificación mediática, lo cual conduce hacia la polarización de significados y la multiplicación de contextos interpretativos. (Horta, 2013). Durante este proceso, es posible que se le atribuyan diversas características a la información que se transmita sobre un tema en particular, lo que se conoce como una representación mediática, que consiste en todos aquellos tonos o atribuciones bajo los que algunos narran los acontecimientos y los procesos semióticos implicados en la ambigüedad de las representaciones mediáticas.

A nivel global, la noticia se construye con base a intereses políticos y económicos, sus contenidos traducen la diversidad social en representaciones específicas, todo con el objetivo de justificar y fortalecer el modo de producción capitalista a nivel global a través del cual ejercen su poder como industria, incluso condicionando la fuerza de los medios

de producción, dirigiendo las dinámicas de mercado y generando redes de consumo, condicionando la producción de bienes, e instituyendo la representación de su producto (la información, la noticia) como el bien de mercado mejor valorado (Horta, 2013). Cercano a esta descripción podemos interpretar que las representaciones mediáticas globalmente suelen estar anudadas a un interés mayor, ya que la transmisión de la noticia se ha convertido en un comercio en sí mismo y ahora difundido con mayor intensidad a través de los medios digitales y las redes sociales.

Para comprender como han funcionado las representaciones mediáticas en el mundo, podemos destacar el concepto de periodismo que sostiene Gomis (1991). Él lo describe como un proceso de interpretación que, si bien surge de la investigación social, supone que lo real puede ser reducido a fragmentos comunicables. Esta característica del periodismo le otorga una propiedad ambigua a su ejercicio, y por ende a las noticias, ya que, para poder transmitir una información, esta primero debe ser interpretada por el emisor, y seguido de esto, al ser recibida es reinterpretada por el receptor, y en ambos procesos, la cultura, los sesgos e intereses pueden afectarla.

En este aspecto es importante destacar la opinión que Horta (2013) tiene al respecto:

Es precisamente el carácter ambiguo de la noticia lo que permite la formación autorreferente. En palabras más extensas, la representación mediática se articula sobre la contraposición del carácter uniforme de la expresión masiva (contexto de producción) y la diversidad de interpretaciones (contexto de recepción). Ambos componentes son el sustento concreto que permite al individuo significar los contenidos sociales ajenos, mediados e intencionados, propiciando con ello un fuerte sentido de pertenencia social (p.97).

De esta manera, suelen crearse los mensajes masivos a nivel global, que dependiendo del lugar en el que se encuentren y las consideraciones sociales y culturales, se ven influenciados por todos estos agentes que intervienen en la forma de contar la noticia, que tienden a cargarlas con representaciones diseñadas para que

ciertos grupos de la población interpreten el mensaje de manera que tengan relación con sus intenciones.

En este sentido, podemos comprender que los medios operan, según el conflicto por informar, desde la mediación cognitiva, pues al documentar el nuevo acontecer que rompe con la cotidianeidad, aquel compromete la normalidad social, de ahí que los medios de comunicación tiendan a ajustar el nuevo relato del hecho a las normas y valores socialmente legitimados (Serrano, 1985 citado en Ortiz, 2015).

Por otra parte, focalizando la manifestación de las representaciones mediáticas a nuestro lado del mundo, en numerosas prácticas, discursos y universos representacionales de Occidente, en general, y de América Latina, en particular, el funcionamiento de las representaciones suele entenderse como una fusión de elementos que mantienen una relación triádica entre el referente, el significante y el significado, paradójicamente la relación representado-representación es percibida como una matriz dual que identifica y/o refleja uno en otra (Cebrelli y Rodríguez, 2013).

Esto quiere decir que en América Latina las representaciones manejan un paralelismo entre sus compañeros del resto del mundo, en este caso entendiendo al referente como el fenómeno o fuente de información, el significante como el término con el cual se identifica el referente para hacer mención de él y el significado para poder hacer referencia al concepto (a la idea que se construye del referente). En otras palabras, es la representación social que se atribuye a ciertos acontecimientos, como consecuencia de la construcción de representaciones creadas por los medios. En un ejemplo hipotético, si llamamos a un fenómeno como la migración afgana en Colombia, “un desastre para la economía del país”, el público al que se le comparte esta información podría comenzar a creer que la presencia de afganos en Colombia es perjudicial en muchos aspectos para ellos. En resumen, la “migración afgana en Colombia” es el referente, el llamarlo “un desastre para la economía del país” es el significante y “creer que la presencia de afganos en Colombia es perjudicial en muchos aspectos” es el significado que se ha construido.

En tal sentido, construcciones como la anterior son vistas comúnmente en medios masivos, y las representaciones que se crean de la información pueden ser perjudiciales para la imagen del fenómeno del cual se crea la noticia. De ahí la importancia de que los códigos de representación mediática del mundo se mantengan estables, a pesar de que el contenido del relato de los acontecimientos cambie o sea distorsionador de la normalidad (Serrano, 1977).

Igualmente, Nájera (2018) nos comenta que en América Latina diversos autores han estado generando dinámicas tendientes a estructurar una base teórica y metodológica sólida con respecto a las representaciones sociales. Entre ellos el vecino país de Venezuela, dotando una epistemología de fuerte raíz latinoamericana al estudio de la Representación Social en los Medios Masivos de Comunicación Social, particularmente la prensa, denominada por ellos mismos como *Representación Mediática*.

Sin embargo, este término no es fácilmente identificable en los ejercicios investigativos dentro de Colombia, es posible identificar diversas propuestas investigativas que pueden ser asociadas a esta manera de tratar las representaciones mediáticas en los productos de medios masivos de comunicación, particularmente las relativas a representaciones de la pobreza y la violencia en nuestro país desde los artículos y noticias de la prensa colombiana (Nájera, 2018).

Un ejemplo de lo anterior, es el uso de términos como *imaginarios* y *estigmas* para describir el proceso de representación mediática, en este caso podemos ver el reportaje de Cuervo (2019), él nos comenta que los periodistas María Paula Martínez, Santiago Rivas, Jonathan Bock y Sara Trejos, integrantes del colectivo *Presunto Podcast*, pusieron sobre la mesa un tema que no es muy analizado en Colombia y que, según sus investigaciones, crea imaginarios y prejuicios hacia los jóvenes. En el estudio de medios encontraron diferentes ejemplos, específicamente en los titulares que utilizan para comunicar temas relacionados con los jóvenes, con los que están generando imaginarios y stigmas y que en palabras de ellos “no son éticamente periodísticos ni sanos para la construcción de sociedad”, algunos de los titulares que encontraron son los siguientes:

“¿Jóvenes, dichosos tomando trago? Alertan sobre lo que les podría hacer en el cerebro”, “Drogadicción y delincuencia juvenil”, “Con muñecos que lloran, quieren desestimular a adolescentes para que no tengan hijos”. Esta información compartida por Cuervo nos permite entre ver las posibles intencionalidades con la que los medios colombianos construyen la noticia, creando así una representación mediática de la misma para ser compartida en la sociedad, que, en el caso de su reporte realizado para Colombia, está relacionado con perjudicar la imagen de los jóvenes protagonistas.

En este contexto, uno de los sucesos vivenciados en Colombia, y que es digno de una investigación centrada en comprender que representación mediática le están brindando los medios, son las protestas de los movimientos sociales y ciudadanos del año 2021. Estas fueron autodenominadas también como *Paro Nacional* y llamadas por algunos medios como *Estallido social de Colombia*. Estas fueron una serie de manifestaciones consecuencia del anuncio del proyecto de reforma tributaria propuesto por el gobierno del presidente Iván Duque, realizadas con la intención de lograr la eliminación de esta propuesta. Sin embargo, las protestas fueron acentuadas principalmente por el uso desproporcionado de la fuerza por parte de la Policía Nacional y la exigencia de solución de otras problemáticas sociales que eran objeto de demanda en el Paro Nacional de 2019-2020, estas manifestaciones se vieron afectadas por la pandemia del COVID-19, la violencia de las partes en conflicto y la respuesta armada por parte de civiles opositores a las marchas, siendo registrados 70 manifestantes que han fallecido en tal contexto y otros cientos reportados como desaparecidos (BBC News, 2021; DW, 2021; The New York Times, 2021; Semana, 2021).

Cabe destacar, que las protestas en Colombia fueron reportadas por diversos medios dentro del país, entre ellos Noticias Caracol, sin embargo, existe una la problemática donde se evidencia que siendo Caracol TV un medio masivo privado, en lugar de obedecer a la necesidad de informar de manera neutral, responde a los intereses económicos de grandes grupos empresariales, tanto a los que pertenecen como de los que pueda llegar a gozar patrocinio, por lo tanto, difícilmente se obtiene un análisis acertado de la información que llega a la sociedad colombiana por dicho medio. Un

ejemplo de esto, es la información suministrada por este medio sobre los diálogos de *La Habana* para el *acuerdo de paz*, ya que dentro de sus reportajes no se evidenciaron aspectos significativos, como el análisis de los hechos, entrevistas en profundidad con los actores y víctimas, exposición de casos, seguimiento a la noticia, entre otros, por lo que se debe analizar si lo que llega al pueblo colombiano se trata de información que guarda la intencionalidad de los medios económicos (Moreno y Cadavid, 2017).

Así mismo, se debe mencionar que los dueños de la cadena de Noticias Caracol es el grupo empresarial Santodomingo que históricamente ha tenido un gran poder político y económico con empresas como Bavaria, Avianca y ahora Linio, D1, Ditransa, Gases del caribe entre muchas otras y acciones en Sab Miller emporio multimillonario de producción de cerveza (Fecolper, 2020). Existe evidencia documentada de su implicación con el gobierno de Colombia y su afinidad con la ideología neoliberal que ha estado presente en distintos gobiernos, incluso desde López Michelsen primo de Julio Mario. Se puede mencionar por ejemplo que en el gobierno de Ernesto Samper (1994-1998), el apoyo del grupo Santodomingo fue decisivo dentro del proceso de deslegitimación al que se vio abocado el presidente, y recibió como premio por su apoyo la asignación de uno de los canales privados de televisión y durante el gobierno de Andrés Pastrana (1998-2002), y a causa del apoyo que el grupo Santodomingo, este había ofrecido al rival en las campañas electorales anteriores (Rodríguez y Duque, 2008). Desde hace varias décadas, el Grupo Santodomingo es uno de los principales financiadores de las campañas políticas en el país, con lo cual su capacidad de negociación con el gobierno les ha permitido obtener prebendas de tipo impositivo (Semana, 2006; Parra, 2004).

En este sentido, podemos suponer que la ideología de los medios colombianos, en especial del Canal Caracol y su franja de noticias, presta un servicio que se vende como imparcial, pero se tiene la hipótesis de que en realidad no lo es. Por ende, nace la importancia de realizar un análisis del contenido con base a las representaciones mediáticas creadas por Noticias Caracol, ya que nos permitirá comprender el contenido de las comunicaciones mediante la clasificación en categorías de los diferentes elementos que componen el mensaje dentro del proceso de comunicación de la

información, en especial en términos de comprender como se han comunicado estos contenidos relacionados con las protestas en Colombia del año 2021.

A la hora de hablar del análisis de contenido, un término bastante aceptado y general es el de Berelson (1951), el cual lo describe como una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación. Sin embargo, a través de este método, el receptor del mensaje puede hacer inferencias específicas a partir del entorno empírico del cual provienen los datos, siempre con la intención de realizar un contraste con el contexto social del cual provienen la información y apoyarse en teóricos que ya han realizado aproximaciones conceptuales de los diferentes fenómenos en los procesos de comunicación. Por ende, la metodología puede ir tanto de lo cualitativo a lo cuantitativo, y resulta especialmente significativa para comprender como se manifiesta la postura del Canal Caracol durante el cubrimiento de las manifestaciones en Colombia, por esa razón esta investigación trabajará como fuente principal de análisis los titulares de las notas de Noticias Caracol, que cubrieron el Paro nacional desde el 28 de abril hasta el 16 de junio del año 2021

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuál es la agenda pública (temas, protagonistas y tonos) que produjo Noticias Caracol en la presentación de las noticias durante el desarrollo del Paro Nacional de 2021?

1.3 Objetivo General

Analizar la agenda pública gestada desde la presentación de las noticias relacionadas con el Paro Nacional en Colombia del 2021.

1.4 Objetivos específicos

- Explorar los temas predominantes y su importancia en la agenda establecida por Caracol Noticias durante el desarrollo de la movilización social en Colombia.
- Identificar los principales protagonistas presentados en las noticias y los atributos que le asigna el medio de comunicación en la presentación de la misma.
- Determinar los tonos que prevalecieron en este medio durante las movilizaciones sociales en Colombia y qué comunican.

1.5 Justificación

Colombia vive un momento histórico que tiene repercusiones en distintos sectores (sociales, políticos, económicos) y donde el rol de los medios ha sido cuestionado con mayor insistencia por la ciudadanía. Colombia viene de un proceso de paz mal implementado según denuncias de distintos sectores sociales y con profundas problemáticas sociales en las regiones bajo un Gobierno de extrema derecha que claramente, desde las elecciones anunció que no estaba de acuerdo y que el país debía volver a lo que el líder político del partido de gobierno implementó llamada la política de seguridad democrática, que entre otras aumentó el conflicto interno. El realizar una investigación de las representaciones sociales en los medios de comunicación en este momento histórico es necesaria en el país tanto para poder hablar de una agenda pública que pueden imponer los medios masivos y la que se vive en medio del llamado “estallido social”. Analizar medios privados como Noticias Caracol y la influencia de su contenido en la opinión del público, nos puede ayudar a hacer pedagogía con la audiencia, desde la academia nos impulsa a formar comunicadores y periodistas críticos que conozcan la manipulación con detalle y las relaciones de poder que existen y además mostrar a los medios masivos que nos damos cuenta de sus verdaderas intenciones para que se evalúen también. Esto forma con el tiempo públicos críticos, profesionales analíticos y un cambio social en la forma de ver y consumir tal información en general y así junto con

otras investigaciones podemos desarrollar estrategias para promover una ciudadanía libre de manipulaciones.

Igualmente, esta investigación adquiere importancia por el medio mediante el cual se está difundiendo la información: la televisión. Este medio no pierde vigencia y tiene un gran alcance en Colombia. Aunque la internet ha tenido un alto crecimiento, la televisión continúa siendo el medio de mayor consumo. En el caso del Canal Caracol existe una leve tendencia que lo mantiene en un alza de 1,52% durante los últimos 10 años, pasando de 10,3 millones de televidentes a 10,6 millones. Para los expertos, esto se da porque han sabido atraer gente a su noticiero con el contenido que se produce alrededor de las franjas informativas (Kantar Ibope Media, 2019). Debido a esto, crece la preocupación de que, si un medio tan masivo continúa en crecimiento aún en tiempos de nuevas tecnologías, es posible que exista una demanda de la información por parte del colombiano, demanda que es importante conocer si nace gracias a estos medios de comunicación, y además si el contenido con el que satisfacen esta demanda responde a la necesidad de informar, o a otros intereses.

Por estas razones, se pretende realizar un análisis del contenido de las representaciones mediáticas presentadas por Noticias Caracol en el marco de la protesta social del año 2021, con la intención de comprender su contenido, los tonos, roles, calificativos, los atributos que les asignan a los protagonistas de sus noticias y el discurso en torno a la representación, con la intención de poder llegar a una reflexión sobre el poder que mantiene este medio, sus intenciones políticas y su posición editorial que aparenta no ser clara frente a la audiencia.

Finalmente, esta investigación adquiere importancia para poder servir de referente a todos aquellos proyectos informativos o investigativos que se encuentren relacionados con el mundo de la comunicación social, cambio social, análisis de contenido, las representaciones mediáticas, representaciones sociales, medios de comunicación en Colombia, cadenas de noticias, la cadena de Noticias Caracol y los acontecimientos del estallido social en Colombia del año 2021.

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

A continuación, se describen diversos estudios realizados en el ámbito nacional e internacional que tienen una relación estrecha con el universo de esta investigación, ya que describen de manera detallada temas relacionados con las representaciones mediáticas. Además, también se presentan estudios que aportan valor a esta investigación ya que manejan estructuras metodológicas similares a la que se desarrolla dentro de este proyecto.

2.1.1 Antecedentes Nacionales

Lugo (2010) realizó una investigación cualitativa de tipo documental cuyo objetivo principal fue describir las movilizaciones sociales y formas de lucha campesina desarrolladas por la población rural del municipio de Cajibío (Cauca) entre 1990 y 2006. En él, presentó un análisis de las modalidades de protesta más representativas, adelantadas por una población que en diferentes circunstancias ha decidido movilizarse con la intención de reclamar sus derechos considerados fundamentales. Para ello, el investigador recurrió a un trabajo con fuentes documentales consignados en archivos (impresos y electrónicos) de los municipios Cajibío, Cali y Bogotá, prestando especial cuidado a fenómenos vinculados con ocupaciones y afectaciones de predios, bloqueos a carreteras y éxodos organizados producto del conflicto armado en la zona, dada su intensidad, frecuencia e impactos regionales. El trabajo de análisis consistió en un corpus o archivo de la investigación conformado por las fuentes documentales primarias: 1) Archivo Municipal de la Alcaldía de Cajibío, 2) Archivo de la Personería Municipal de Cajibío), 3) Archivo de la Secretaría de Gobierno y de la Inspección de Policía Municipal de Cajibío; 4) Archivo de la Fiscalía Seccional de Cajibío; 5) Archivos impresos y electrónicos de los diarios: El Tiempo y El País; 6) Sistema OnBase - Archivos Digitales del Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP - Bogotá); 7) Documentos Corporación Vallen Paz (Cali). Con la investigación concluyó que el hecho de que los campesinos en Cajibío se organicen desde las diferentes instancias que tienen para ello

y que movilicen recursos para la consecución de múltiples objetivos, permite entender su capacidad como actor que interviene en la distribución y manejo del poder político regional. Resulta importante considerar a la investigación de Lugo, ya que brinda conceptos importantes relacionados con el tema de las movilizaciones sociales dentro de Colombia.

Otro estudio digno de mención, es el de Nájera (2018), él realizó una investigación cualitativa enmarcada en el paradigma hermenéutico que tuvo como objetivo analizar los elementos estéticos y de construcción de perfil que dan cuenta de una representación mediática de la condición de ser joven, en su identidad y posición sociocultural en el entorno ficcional producido y transmitido en los contenidos de la serie “Cartas a Harrison”, que brinda comprensión de la manera en que se presentó a los jóvenes en la serie televisiva a mediados de los 90’s. La muestra estuvo conformada por 197 escenas que fueron analizadas a través de la técnica del estudio de caso como método, que utiliza como herramientas fundamentales para su abordaje la descripción, la interpretación y la evaluación y toma al caso como unidad de investigación que puede ser estudiado en sí mismo o en relación con otro. Como resultados, encontró que la representación hallada en la serie televisiva corresponde con una representación heterogénea de la juventud, unas tensiones intergeneracionales que configuran al joven como agente de cambio y transformación social, configurando así una condición de juventud particular en la serie. Finalmente concluyó que el estudio de estas representaciones, desde la línea investigativa, permitiría brindar herramientas teóricas y metodológicas que sirvan para alimentar y fortalecer un corpus de un elemento cada vez más presente en la tradición investigativa de la comunicación en América Latina como lo es el de las representaciones mediáticas. La investigación de Nájera es importante para este estudio ya que brinda una descripción teórica del proceso de representaciones mediáticas y maneja un enfoque metodológico similar al de esta investigación.

Ese mismo año, Morales (2018) realizó un estudio de tipo mixto con el objetivo de analizar el cubrimiento periodístico de la violencia contra la mujer en el noticiero Noticias Caracol durante el año 2016 a través de técnicas cualitativas y cuantitativas. Por el lado

cualitativo realizó un proceso de observación de las publicaciones de Noticias Caracol, referentes a la violencia contra la mujer durante dos semanas, donde se anotaron ideas generales del cubrimiento mediático, se identificaron actores principales del relato periodístico y se detallaron las características a tener en cuenta en el análisis de contenido, mientras que en el lado cuantitativo se realizó un registro de datos estadísticos para conocer los porcentajes en los que se manifestaron diferentes características. La muestra estuvo conformada por 64 publicaciones de violencia contra la mujer transmitidas por Noticias Caracol durante el año 2016 y tras el análisis pudo concluir que el cubrimiento mediático se caracteriza por su falta de profundidad, la reproducción de estereotipos de género, el desconocimiento sobre las verdaderas causas de la violencia y la insistencia en convertir a esta en un espectáculo, entre otras. La investigación de Morales aporta valor a este proyecto ya que se enmarca en un universo teórico y metodológico relacionado con los medios, el análisis de contenido y la metodología mixta.

También es importante mencionar a Alvarado, Medina y Rojas (2019), ellos hicieron un estudio cualitativo a través del análisis de contenido, cuyo objetivo fue identificar si el Canal RCN pudo o no influenciar en las votaciones de la Consulta Popular Anticorrupción de Colombia 2018 desde el Noticiero de las 7. Analizaron los contenidos del Noticiero de las 7 p.m. entre junio y agosto. Además, se recopiló e investigó todo aquel dato principal o secundario, con relación a los escritores mencionados y, a lo expuesto en el marco teórico, que pueda ser de ayuda para entender el contexto colombiano con relación a los grandes teóricos de la comunicación y los procesos de alienación. Dentro de sus resultados determinaron que especificando el discurso producido por el Canal RCN hacia la Consulta Popular Anticorrupción de 2018, se muestra, a través del análisis de los contenidos presentados por el canal, que la omisión de la información respecto a la consulta Anticorrupción demuestra que hubo manipulación de la información por parte de este, evitando informar de manera clara y constante sobre los ítems que trataba la consulta, generando desinformación en los televidentes del Canal RCN, los cuales no tuvieron posibilidad de informarse a través de Noticias RCN. Con la investigación concluyeron que el Canal RCN, al ser unos de los medios de comunicación masiva más

seguidos en Colombia, pudo haber logrado alienar a los televidentes en torno a la participación de la consulta, siendo esta una de las posibles razones por las que dicha consulta no logró el umbral de votos necesarios para su aprobación. Es importante mencionar esta investigación debido a que utilizó como técnica el análisis de contenido, maneja un fundamento metodológico similar al de la presente investigación y estuvo enmarcada en la comprensión del poder de los medios, en este caso el noticiero RCN.

Por su parte, Vivas, López y Carañana (2020) realizaron una investigación mixta con el propósito de averiguar el grado de correspondencia entre los principales temas de preocupación de la opinión pública, según las encuestas más importantes y los temas y valores que se promueven en Twitter a partir de datos obtenidos mediante análisis de contenido, a través de datos cuantitativos y cualitativos pudieron identificar la estructura de la racionalidad de la acción política que cada ideología promueve. Como resultado, no existió correspondencia alta entre los temas de los demoscópicos y las expresadas en Twitter. Además, dentro del estudio encontraron una correspondencia media-baja entre los temas prioritarios para los ciudadanos según datos demoscópicos y los temas que se tratan en Twitter. Dado que poco más del 20 % de los tuits incluyen menciones a temas clave concluyeron que las preocupaciones expresadas en Twitter no son representativas de los intereses del conjunto de la sociedad. El estudio de Alvarado Vivas, López y Carañana resulta importante para esta investigación ya que maneja al análisis de contenido como técnica para el análisis de datos, además de que maneja conceptos y metodología similar a la de este estudio.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

López (2016) realizó en España un estudio cualitativo con el objetivo de analizar la agenda referida a las elecciones de 2015, específicamente, abordar la supuesta relación entre los medios de comunicación y los partidos políticos y plantearse si existe una tendencia en los medios españoles hacia el negativismo. Para su desarrollo se centró en la posible tendenciosidad de los diferentes medios y en uno de los elementos fundamentales de la teoría de la agenda (qué temas recogen y cuáles no). Esto lo realizó

a través de un seguimiento de la campaña electoral de las Elecciones Generales de 2015 recopilando titulares, informaciones y editoriales referidos a los comicios entre 16 de noviembre y 23 de diciembre de 2015 desde los periódicos *El País*, *El Mundo* y *ABC*, por representar los dos polos ideológicos de España. Dentro de sus resultados destaca en primer lugar, que las elecciones de 2015 se caracterizaron por ser más negativas que las de 2008 y 2011, y dicho negativismo se dirigió hacia temas atípicos como pueden ser el análisis electoral, el balance electoral o los debates. Además, concluye que la cobertura de los tres diarios no se correspondió con los temas que preocupan a los ciudadanos (paro, corrupción, economía), sino que se centró en aquellos aspectos que versan sobre la campaña electoral y su comunicación política, y que a su vez puede recordar más a la política americana que a la española. El estudio de López es un ejemplo de los procesos de construcción de una agenda pública que no está centrada en los intereses de los espectadores, sino en construir una opinión en los mismos, por ende, es importante destacarlo dentro de esta investigación.

Por su parte, Navarro y Rodríguez (2017) realizaron en España una investigación mixta con el objetivo de conocer la imagen que trasladan los medios de los dos principales partidos políticos españoles y comprobar si destaca el uso del negativismo mediático cuando se aborda la información vinculada a los partidos. Esto lo realizaron a través del análisis de los titulares de portada de los diarios *El Mundo* y *El País*, y que contienen noticias, cuya pretensión debería ser la de informar objetivamente y no la de ofrecer valoraciones informativas. El estudio reflejó que existe una baja objetividad periodística, un 51,67 por ciento de las noticias de portada de *El Mundo* y un 47,52 por ciento de *El País* son desfavorables o favorables hacia uno de los dos partidos analizados. Ambos llegan a superar al de noticias de tono neutral que en *El Mundo* suponen un 40,59 por ciento y en *El País* un 45,70 por ciento. Los resultados concluyen que ambos diarios realizan un tratamiento informativo partidista y negativo cuando abordan la información política española. La investigación de Navarro y Rodríguez es de vital importancia ya que realiza un análisis de titulares de medios masivos y de las tendencias de la práctica del negativismo mediático a la hora de emitir la información por parte de los medios, característica que va en relación con los objetivos de este proyecto.

El mismo año, Marín (2017) realizó en España un estudio mixto con el propósito de conocer la representación mediática de los escándalos de corrupción política, analizando los principales elementos que conformaron el relato periodístico de los casos “GürtelBárceñas”, “ERE de Andalucía” y “Nóos” durante el periodo comprendido entre el inicio del año 2009 y el 30 de junio de 2014. En él, combina varios tipos de métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas que son aplicadas de forma secuencial. En su apartado cualitativo realizó un análisis de editoriales publicados en los diarios *El País*, *El Mundo* y *ABC* sobre los tres casos seleccionados y se realizó una serie de entrevistas semi-estructuradas con periodistas que han cubierto los escándalos objeto de estudio. Finalmente, en la fase cuantitativa llevó a cabo un análisis de contenido de portadas de los tres periódicos mencionados. Sus resultados muestran que el relato periodístico de los escándalos de corrupción política se construye mediante la utilización de una diversidad de encuadres de carácter narrativo o cultural, es decir, aquellos frames constituidos por elementos que remiten a interpretaciones de la realidad evocadas por mecanismos simbólicos tales como metáforas, estereotipos, valores, palabras clave, arquetipos, mitos, analogías históricas y similares. Como conclusión final comenta que a través del modelo de análisis utilizado en su trabajo es imposible comprobar la relación entre los encuadres de los medios y su contribución o no a una mayor desafección política. Es importante mencionar esta investigación debido a que su contenido se encuentra altamente relacionado con el presente proyecto, en especial en temas de diseño metodológico, técnicas y universo teórico.

Por su parte, Chavero y Ramos (2019) emplearon en Ecuador un estudio mixto con la intención de establecer la relación entre el gobierno de Correa y los medios de comunicación de Ecuador, a partir de la premisa de que la agenda política influye en la agenda mediática. La técnica elegida consistió en realizar un análisis de contenido de la prensa de referencia (El Telégrafo –público– y El Comercio –privado–) y la agenda política (Enlaces Ciudadanos) durante 2015 y midiendo la correlación entre ellas. Sus resultados reflejan una baja transferencia temática, lo cual permite identificar mecanismos de resistencia de los medios, esto les permitió comprobar la existencia de

la relación entre los primeros temas de agenda de los actores analizados, determinaron que economía, infraestructuras y comunicación han sido los temas fundamentales para agenda política, en tanto que la agenda mediática pública reduce la importancia de Infraestructuras para dársela a política y el medio privado apuesta por economía, desastres naturales y política exterior. Además, sus resultados parecen corroborar la existencia de una mayor tendenciosidad y negativismo en la prensa privada que en la pública. Con su investigación concluyen que los “Enlaces Ciudadanos”, arrojan una clara diferenciación entre la parte referida a rendición de cuentas del ejecutivo (caracterizada por un sesgo favorable al gobierno y un tono positivo) y la parte de ataque a la oposición y a la prensa, marcada por la conflictividad y el negativismo. El estudio de Chavero y Ramos representa una fuente valiosa de información para este estudio ya que permite ampliar temas, conceptos y teorías que manejan estrecha relación con la investigación.

Por otro lado, Cifuentes (2020) realizó en Ecuador una investigación mixta con el propósito de conocer de qué manera son abordados y emitidos los contenidos de páginas digitales universitarias en el paro nacional del Ecuador en el 2019. Las técnicas empleadas fueron la observación y participación, desde ellas realizó un análisis del contenido periodístico que fue difundido y abordado por *infinitudigital.ups* y *udlachannel* en las protestas de octubre del 2019 en el Ecuador. Además, para el levantamiento de información recurrió a entrevistas dirigidas a un docente de la UPS, ya que él fue partícipe en la transmisión de información y actualmente está a cargo de la plataforma de Infinito Digital, como también a tres estudiantes universitarios sobre su opinión de la plataforma de Infinito Digital y el desarrollo informativo que tuvo en días de paro. Por otro lado, realizó 10 encuestas a la ciudadanía sobre la información que emitieron las 2 *fan pages* universitarias. En sus resultados determinó que algunos medios de comunicación tienen fines políticos y es por esa razón que exponen información conforme a su conveniencia, casi diferente al de las plataformas digitales que surgieron en esas instancias. Resalta que las plataformas de comunicación pertenecientes a instituciones universitarias que en conjunto de la mayoría de sus miembros realizaron una total cobertura en los días de mayor afluencia y violencia en su país. Finalmente concluye que estos medios de comunicación son un ejemplo del buen periodismo que debemos practicar a diario para

que la información sea presentada tal y como es y los grandes medios no la manipulen o mucho menos callen la verdad. Esta investigación es importante para el presente estudio ya que amplía temas de interés como el manejo de la información por los diferentes medios y ejemplifica un proceso de transparencia dentro de canales diferentes a los tradicionales.

2.2 Marco Teórico

Con la intención de contar con un amplio universo teórico, esta investigación abordará los siguientes apartados que alimentan los núcleos teóricos que giran alrededor de esta investigación, estos consisten en: Los medios en Latinoamérica y su poder, los medios en Colombia y su poder, representaciones sociales, representaciones y los medios, la mediación social, *agenda setting*, construcción de la noticia y el negativismo mediático. Estas teorías nos permitirán llegar a una comprensión más profunda sobre el funcionamiento de las representaciones mediáticas y las fuerzas que ejercen a la hora de su construcción.

2.2.1 Los medios en Latinoamérica y su poder

Para hablar de los medios y su poder, es importante citar a Califano (2015), quien comenta que las relaciones entre política, medios y sociedad se encuentran atravesadas por la regulación del Estado en materia de políticas de comunicación. Por ende, resulta relevante analizar de qué forma se elaboran estas políticas públicas y cuáles son las dinámicas que intervienen a lo largo de esos procesos.

Este, es un buen punto de partida para ver casos como el de Colombia explicado por Becerra y Mastrini (2017), ellos nos dan un panorama del monopolio (único grupo empresarial que maneja el mercado) y oligopolio (diversos grupos empresariales que manejan el mercado) que tienen grandes empresarios en Latinoamérica a través de muchas empresas que manejan a su antojo los medios masivos, con una gran cercanía al gobierno de turno para llevar su mensaje a los ciudadanos. Por medio de este tipo de

investigaciones es entonces donde teorizamos que tales políticas públicas están “amarradas” y no prosperarán nunca hacia una política igualitaria y decente.

En este sentido, es importante comprender que la función básica de la política cultural y comunicativa de un país es la construcción de la cultura comunitaria y societaria, políticas que en Latinoamérica están coactadas para servir a los monopolios con privatización de medios y nulos recursos a los medios comunitarios y alternativos que no quieren seguir al Estado (Califano, 2015). Sin embargo, esto aparenta no ser real, ya que los monopolios podrían haber creado una serie de cortinas de humo y falsos mensajes para mantener este discurso.

Para entender mejor esto podemos ver el concepto de regulación de medios descrito por McQuail (2010), él comenta que la regulación se refiere a todo el proceso de control y guía, a través de reglas y procedimientos, aplicados por los gobiernos y otras autoridades políticas y administrativas a todo tipo de actividad de medios. Esto indica que muchas personas se han dejado llevar por una información sin análisis, y creen tener toda la perspectiva para el desarrollo del criterio propio.

Vivimos en una era donde la tecnología se ha convertido en uno de los primeros mediadores para adoptar una postura política y social, esta estrategia digital de desinformar en la era donde más personas estamos conectadas, podría decirse que aparenta haber cumplido su misión. El resultado es una comunidad a la que no siempre se le brinda la oportunidad de saber lo que realmente está sucediendo, con reacciones conductistas por el modelo de su educación y formación, sin aparente criterio propio y apatía a los temas sociales.

Esto ya se veía venir por autores como Halls (1974), quien teorizó que la producción de los medios de comunicación televisivos considera a las nuevas tecnologías, así como a las diversas propuestas de diversos profesionales. Sin embargo, las industrias e instituciones (los organismos con poder sobre los medios de comunicación) determinan qué tecnología se desarrollará o no, lo que crea que la relación entre las formas culturales

y la televisión dependan de las posibilidades e interés del medio, y lo más importante, del uso que se le desee dar, por lo que la decisión termina siendo más política que técnica.

Similar a esto, Martín-Barbero (1987) también nos describe su teoría de cómo en Latinoamérica funcionan estos fenómenos producidos por los medios de comunicación. Él nos describe la simulación del contacto, mecanismo que emplea a la televisión, organizando su comunicación sobre el eje de la función fática, función que juega no solamente por la dispersión de la atención que se presenta en la cotidianidad privada frente a la concentración de la atención en la sala pública, sino, de algo menos psicológico, y que requiere el aporte de la antropología para su estudio, pues consiste en la irrupción del mundo de la ficción y del espectáculo en el espacio de la cotidianidad y la rutina.

En ella, nace la necesidad de intermediarios que faciliten el tránsito entre realidad cotidiana y espectáculo ficcional, estos intermediarios básicos “la televisión” son un personaje sacado del espectáculo popular (animador o presentador) y un tono que proporciona el clima requerido (coloquial), más que un transmisor de informaciones. Es en verdad un interlocutor o, mejor, el que interpela a la familia convirtiéndola en su interlocutor, llegando a ella a través de su tono coloquial. En este fenómeno se criticó la predominancia de lo verbal en la televisión latinoamericana como la mejor prueba de su subdesarrollo y genera la sospecha que la predominancia de lo verbal en la televisión se inscribe en la necesidad de supeditar la lógica visual a la lógica del contacto, puesto que es ella la que articula el discurso televisivo sobre el eje de la relación corta y la preeminencia de la palabra en unas culturas fuertemente orales.

Por eso desde hace unos años el profesor Jesús Martín Barbero veía venir este fenómeno y nunca nombra a los medios como “medios de comunicación” precisamente por su desenfoque en la misionalidad y por lo descarado que se ha vuelto su papel en este país y en general en muchas regiones del mundo. Es vital entender los procesos comunicativos que se presentan en nuestra sociedad para entender la educación en la

comunicación, citando textualmente a Martín-Barbero (1987), nos dice que "el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también" (p. 6). Y ese mensaje no fue bien codificado en el pasado.

2.2.2 Los medios en Colombia y su poder

Según datos del Ministerio de Cultura de Colombia (2013) en el país coexisten medios de comunicación de diversa procedencia, cobertura, naturaleza y proyección, y se mantiene la tendencia de incrementar la cantidad y variedad de la oferta mediática al interior del país y hacia el exterior. De igual forma, el Ministerio de Cultura entiende la comunicación como el proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos, definición que exige el reconocimiento de la diversidad, proponiendo la posibilidad de que todos los actores sociales pongan en circulación sus intereses, mensajes y sentidos, lo que quiere decir que nunca se comunica sólo un mensaje ya que su contenido va acompañado del contexto en el cual es interpretado y reeditado.

En este contexto podemos entender que el Ministerio destaca a la cultura en el proceso de comunicación a través de medios masivos, y que un aspecto como los intereses e intenciones del emisor están orientados a generar un efecto en el receptor. En teoría, este proceso natural de la comunicación social se da también en Colombia, sin embargo, si los intereses de los emisores tienen connotaciones políticas o sociales negativas, estas podrían generar un gran daño en la sociedad.

Este poder estaba siendo percibido desde nuestro país desde hace muchos años. Se tiene evidencia de que, en 1963 en Colombia durante su larga época de violencia, (la Colombia de Camilo Torres y de Fals Borda), una iglesia, particularmente osada para sus tiempos y esquemas, dio un giro que miraba justo hacia las mediaciones y en donde los obispos reconocieron que los medios forjan una nueva cultura, producto de la civilización audiovisual que, si por un lado tiende a masificar al hombre, por otro favorece su personalización (Moragas, Terrón y Rincón, 2017). En este caso, el poder de los medios fue usado con intención a favor del pueblo colombiano, pero la duda que se

mantiene y en especial porque suele vivenciarse, está en los posibles resultados si este poder se ejerce de manera negativa por los entes poseedores del poder.

Actualmente, en Colombia existen grandes grupos industriales que son dueños de oligopolios conformados por empresas de servicios públicos, hotelería, agroindustria, automotriz, infraestructura, el sector financiero, transporte, entretenimiento, entre otros. Y por supuesto, los medios de comunicación no quedan exentos de su control, siendo las cadenas de Noticias RCN y Noticias Caracol (Los medios de información más grandes del país), ambas pertenecientes al grupo Ardila Lulle y el grupo Santodomingo, respectivamente (Fecolper, 2020).

Este esquema de poder parte en el año 1998, momento en el que la historia de la TV colombiana se partió en dos. Caracol y RCN ganaron la adjudicación de los dos canales principales, lo que resultó en la disolución del sistema mixto, en el que el operador de la red era Inravisión (el Estado) y del contenido se encargaban los programadores privados, un canal educativo y cultural y varios regionales, en este momento histórico la torta de los medios publicitarios fue dividida en Colombia por los grupos más interesados (El Tiempo, 2004). En ese instante las cadenas de Caracol y RCN pasaron a ser dominantes y casi los únicos en la región. El hecho de que estas cadenas pertenezcan a grupos tan poderosos genera mayores dudas sobre las intenciones con las cuales sus noticias son producidas, que se han demostrado en diversas investigaciones ya mencionadas que demuestran que son creadores del contenido que les interesa.

Por ende, un elemento importante es, hasta qué punto la información es analizada, o recibida de tal forma que se pueda depurar o editar conforme a los intereses y objetivos que persigue el medio informativo considerando que los medios son formadores de opinión y de criterios, por lo que es necesario conocer las repercusiones que producen en los consumidores, cuando, en vez de informar, desinforman, dejando de ser objetivos y estar ligados los intereses de los dirigentes de las cadenas y sus asociados. Este fenómeno sucede en Colombia y no se puede desconocer, en especial porque en temas como los diálogos para el acuerdo del tratado de paz, se encontró desinformación o un

manejo superficial de la información que generó desconocimiento o falta de interés en los pobladores de nuestro país, esto es una evidencia del alto poder de influencia que tienen los medios como RCN y Caracol entre los colombianos, como tampoco su preponderancia como actores en el acontecer nacional (Moreno y Cadavid, 2017).

2.2.3 Representaciones sociales

La teoría de las representaciones sociales nace como la formulación de un fenómeno complejo, al punto de que cada autor desarrolla sus propios términos y definiciones dependiendo de su enfoque. Entre las teorías más destacadas se encuentra la desarrollada por Moscovici (1961), quien describe a las representaciones sociales como sistemas cognitivos que tienen una lógica y un lenguaje propios, y que no son simples "opiniones sobre", "imágenes de" o "actitudes hacia", sino "teorías" destinadas a descubrir y ordenar la realidad con base a un sistema de valores, ideas y comportamientos que establezcan un orden y brinda a los individuos la posibilidad de orientarse y dominar su medio social y material.

Dentro de las representaciones sociales se ven inmersos dos grandes procesos formadores: la objetivación y el anclaje. La objetivación tiende hacia la concretización del pensamiento social para volverlo vivaz y eficaz en la vida cotidiana, para facilitar la comunicación. Ella se descompone en tres fases: la construcción selectiva, la esquematización y la naturalización. La selección se hace en función de los valores en vigencia y en aquellos que están en el "espíritu del tiempo", es decir, en vías de instauración. La esquematización tiene que ver con la tendencia de la representación social a condensar o a abreviar, con la intención de comparar, de inventariar y de ordenar las imágenes. La naturalización, en fin, consiste en darle a los elementos del esquema una realidad concreta, material, observable y comprendida por todos (Moscovici, 1961 citado en Calonge, 2006).

Siguiendo esta perspectiva, Jodelet (1986) propone la siguiente definición general:

El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal (pp. 474-475).

Considerando la postura de estos dos importantes autores, podemos comprender que la representación social es siempre la representación (o construcción) que crea un sujeto en relación a alguien o algo (el fenómeno, acontecimiento o noticia), y dentro de esta representación no existe una realidad objetiva, ya que pertenece a una construcción desarrollada por el sistema de reconocimiento del mundo de los sujetos que conforman grupos sociales, lo que significa también que dicha construcción se ve conformada por los valores y representaciones previamente existentes en estos grupos.

La representación social se expresa a través del lenguaje y su lógica toma en consideración los contenidos y no exclusivamente las formas del pensamiento, por lo que se deduce que los contenidos de la representación social son más significativos e imperativos que las modalidades cognitivas, esto permite visualizar un enfoque que no busca sólo aislar los mecanismos mentales que subyacen en los discursos ni describir la manera cómo esas operaciones ahí se involucran, sino, que comprenda cómo el conocimiento y la acción sobre el objeto social son susceptibles de ser representados en el discurso a través de sistemas y operaciones cognitivas que se colman del contenido y del sentido dado al objeto (Calonge, 2006).

2.2.4 Representaciones y los medios

En la historia, las representaciones sociales han significado un problema y un tema a ser pensado, de esto, nace una matriz moderna, que plantea la división del sujeto en dos: observador y observado. Esta, para algunos autores se encuentra de modo original, aunque en forma de rechazo, motivado por un compromiso con el ideal de dos presencias, una política en la democracia participativa y otra humana en las relaciones

cara a cara. Esta representación implicaría entrar en la esfera de las relaciones humanas alienadas con la consiguiente pérdida de transparencia (Cebrelli y Rodríguez, 2013).

En sociedades complejas y mediatizadas como las actuales, esta percepción induce a diversas presunciones, en especial a aquella que señalan que las teorías que entienden a las representaciones como “reflejos”, atribuyen a ellas mismas la responsabilidad deformadora. No obstante, recolocando el problema en las sociedades contemporáneas, las representaciones también constituyen el orden simbólico y son esenciales para la creación de la subjetividad y la intersubjetividad (Cebrelli y Rodríguez, 2013).

En este sentido, cuando hablamos de representaciones, hablamos de construcciones culturales, estas para Machado (2001) son sintéticas y una suma de abstracciones complejas que actúan bajo opciones determinadas, estas consisten en la selección de objetos y sus imágenes, habitualmente desechados a lo que se considera la memoria. Estos establecen los mecanismos desde los cuales se elabora la concreción de las representaciones, las cuales se originan de la acción transitiva de un sujeto que, al advertir un objeto, de él construye una imagen como una forma determinante en la actualidad de fijar y difundir la memoria que ocurre a través de las representaciones.

Por ende, las representaciones mediáticas pueden ser entendidas como estrategias de conocimiento y percepción de lo social que se encuentran inmersas en los medios y constituyen un material preconstruido que funciona como insumo privilegiado en la producción de textos mediáticos. Ellas dan cuenta de nuevas problemáticas o variaciones de un tema en el espacio de los medios masivos y obliga a recurrir a marcos referenciales anteriores que permitan situar lo nuevo que ingresa en las grillas de conocimiento de los receptores/consumidores del discurso de la información. Este discurso mediático reelabora, reacentúa y recircula las representaciones vigentes en los imaginarios sociales y son un proceso que se entrama en cadenas significativas que remiten a posiciones ideológicas relacionadas con diversas hegemonías. Las

representaciones se reacentúan en los diversos procesos de actualización discursiva tanto en el plano de lo verbal como en el campo de la imagen (Cebrelli y Arancibia, 2010).

En otras palabras, la representación mediática asiste a las necesidades experienciales propias de una cultura que ha sustituido la situación y la experiencia por la dispersión espacial, en tanto mantiene como esencial el factor de inmediatez en el proceso comunicativo, es decir, las necesidades de una cultura cuyas fuentes de experiencia social son buscadas y valoradas en alto grado, en la explosión informativa que otorgan los medios masivos: cultura mediática, donde las experiencias son “mediadas”, y no vividas (Horta, 2013).

Sin embargo, la uniformización mediática tiene otras implicaciones a considerar. Estas para Horta (2013) son la *imposición y dominación*, que, en efecto, allí es donde las formas y usos de un lenguaje existen a la par que otras formas y usos de otro lenguaje. No siempre se da una coexistencia armoniosa y enriquecedora entre sus hablantes; por ello, aparecen procesos políticos/sociales de unificación e integración lingüística en las representaciones mediáticas. Y en este sentido es donde esta investigación pretende realizar mayor énfasis, ya que, si los procesos políticos/sociales responden a intenciones personales como la desinformación o a alterar a algún colectivo hacia ciertos grupos, los medios estarían aprovechando la teoría de las representaciones bajo fines alejados de lo éticamente correcto en la comunicación social.

En este punto, resulta imprescindible preguntarnos sobre el efecto de transparencia de las representaciones mediáticas, en tanto opaca las “distorsiones” y los atributos de autoridad que permiten que “alguien” o “algo” pueda o no ser representado, en ese caso, de qué manera y, más importante aún, si recibe el atributo de sujeto o de objeto en el proceso de representación. En otras palabras, la reflexión sobre los regímenes de visibilidad de las representaciones mediáticas se vuelve fundamental dentro de la pregunta sobre cómo se representan los actores subalternos y sus prácticas, hasta qué punto pueden tomar la voz o son “hablados” por estos dispositivos, y, en ese caso, cuáles serían las estrategias para que los representados se corran de representaciones

estigmatizantes que los colocan en lugares que nadie quiere ocupar en la sociedad (Cebrelli y Rodríguez, 2013).

2.2.5 La Mediación social

La teoría de la mediación es un paradigma elaborado con la intención de analizar las diversas prácticas sociales en las que, por existir una doble lógica explicativa, se apoyan en modelos de integración que cumplen una función mediadora. Estos medios son los sistemas sociales y de comunicación, que, a diferencia de otras teorías, refiere a la producción social de todo elemento mediador y a las entidades que coinciden con todos estos rasgos, como los productos comunicativos (Serrano, 1986).

Por ende, es importante destacar a los medios como piezas mediadoras por excelencia en este contexto histórico, ya que su participación en nuestro sistema social, es en efecto desde el rol del mediador, considerándose como el sistema social del presente. En estos tiempos es muy común encontrarnos con medios en lugares de altos privilegios en donde la credibilidad y la identificación de estos hacia el sistema social se encuentren posicionadas. Un ejemplo es lo citado textualmente por Bisbal (2008), quien comenta “por si todavía no lo habíamos percibido, que estamos en el centro de una sociedad mediática, y en este tipo de sociedad la actualidad, como dato de lo real, existe en y por los medios” (p.21).

En tal sentido, es importante incluir las características que Serrano (1986) ha logrado identificar dentro de los medios organizativos, él describe que:

Entre la comunicación pública y la organización social existen homologías. Ambos Sistemas incluyen componentes cognitivos, organizativos y materiales. Recurriendo a una denominación clásica, en los dos se puede encontrar una infraestructura, una estructura y una supraestructura. La diferencia estriba en que los respectivos componentes que se encuentran en cada nivel no son los mismos (p.55).

Por otra parte, cuando hablamos de mediación, intervienen diversos medios de comunicación como la televisión, esta se halla en el centro de las transformaciones que vienen de la informática, los satélites, la fibra óptica, etcétera, con una propuesta que está en trance de sufrir numerosos cambios, y pesa a la gran revolución a nivel de nuevas tecnologías. La mediación desde la que ese medio opera social y culturalmente no parece estar sufriendo en América Latina modificaciones de fondo, por esto, en lugar de hacer partir la investigación del análisis de las lógicas de la producción y la recepción, para buscar después sus relaciones de imbricación o enfrentamiento, proponemos partir de las mediaciones, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión (Martín-Barbero, 1987).

Sin lugar a duda, las mediaciones representan un puente que lleva el mensaje entre los interlocutores, lo que permite realizar un debate contemporáneo sobre la comunicación, el cambio social y el papel de los nuevos medios de comunicación, y recordar que es importante aplicar siempre una mirada crítica al analizar los medios, cuestionar las ideologías, los imaginarios y los mitos que las rodean y frecuentemente llegan a constituir su esencia, en especial porque existe el peligro de dejar de lado a la cultura y el análisis de los imaginarios sociales en la investigación de las apropiaciones de los movimientos sociales, e introduce un matizado balance entre perspectivas que puede beneficiar ampliamente este campo de estudio, en línea con las nuevas perspectivas críticas que intentan analizar la comunicación y el activismo desde las mediaciones y las prácticas comunicativas (Treré, 2015).

2.2.6 *Agenda setting*

Una de las líneas tradicionales en el estudio de los medios de comunicación es la que tiene que ver con los efectos que los mismos producen, en concreto, una de las más analizadas (y cuya validez ha sido demostrada en una gran cantidad de países) es la teoría del establecimiento de la agenda, *agenda setting*, formulada por McCombs y Shaw. Según esta teoría, los temas que los medios de comunicación posicionan como

los más relevantes (agenda mediática) son transferidos a los ciudadanos, quienes acaban *con limitaciones y modificaciones* por incorporarlos en su propia agenda y considerándolos como tema de importancia para el país (agenda pública) (McCombs, 2004 citado en Chavero y Ramos, 2019). Lo que significa que se tiende a considerar que la elección de los temas por parte de los medios de comunicación influye en la opinión pública, dando visibilidad a unos temas y omitiendo, censurando, o modificando otros.

Se ha podido observar que, en las últimas décadas, una notable cantidad de países latinoamericanos han aprobado políticas públicas en materia de comunicación o en alguno de los sectores relacionados, esta reglamentación, si bien se ha dado de manera distinta en cada uno de los países, está suponiendo un cambio en el panorama mediático latinoamericano, por cuanto significa la intervención directa del Estado en un sector caracterizado tradicionalmente por la desregulación a nivel internacional. Además de estas características, la concentración mediática se ha convertido en una particularidad de los medios en América Latina. Un ejemplo son los países de Brasil, Argentina, Venezuela o, en menor medida, Chile, que fueron también ejemplos de confrontación entre el gobierno y los medios, conflicto que parece ser una tendencia de los gobiernos de la nueva izquierda de América Latina, formas de comunicación que se completarían con herramientas de comunicación directa con el ciudadano, y que parece ser un rasgo de algunos regímenes latinoamericanos identificados como populistas en materia de comunicación (Chavero y Ramos, 2019).

Una manera interesante de comprender esta teoría dentro de un contexto práctico es a través de las lecturas de Ray Funkhouser. McCombs (1991) nos comenta que en ellas Funkhouser analiza los temas clave en torno a los cuales la opinión pública estadounidense se fusionó durante la turbulenta década de 1960, examina la hipótesis básica de establecer la agenda a lo largo de toda una década, en contraste con el estudio original de McCombs y Shaw que examinó un breve momento entre los votantes indecisos durante las elecciones presidenciales de 1968. Estos estudios proporcionan una microvisión y una macrovisión del papel de los medios de comunicación en el establecimiento de la agenda, estas lecturas juntas proporcionan una amplia introducción

a la agenda pública y su relación con la cobertura diaria de los problemas públicos en los medios de comunicación.

La teoría del establecimiento de la agenda por parte de los medios de comunicación o teoría de *agenda setting* es una teoría que nos hace comprender como los medios desarrollan una agenda que tiene establecida la manera en la que van a relatar las noticias. Podemos observarla como un instrumento organizado que describe la narrativa que los medios implementan a la hora de comunicar la información a sus audiencias, y estas, como en el ejemplo de McCombs, pueden estar orientadas a responder a la narrativa que las corporaciones deseen.

Dentro de esta misma idea, Castromil (2012) nos dice que:

McCombs y Shaw sostenían que el origen de la mayor parte de la información política de los ciudadanos proviene de los medios de comunicación, y que son estos la principal fuente que utilizan para conocer la política nacional. En los últimos años, la teoría de *agenda setting* ha incorporado el concepto de marco, encuadre o *framing*. La denominación resulta enormemente gráfica, ya que se refiere al enmarcado en el que los medios de comunicación circunscriben cada uno de los temas que seleccionan y presentan ante sus audiencias (p.164)

2.2.7 Construcción de la noticia

La construcción de la noticia es un proceso que inicia con un acontecimiento, sin embargo, no hay que entender el acontecimiento como algo ajeno a la construcción social de la realidad por parte del sujeto, quien es el observador que da sentido al acontecimiento. Los acontecimientos están formados por elementos exteriores al sujeto, y es el sujeto quien va a reconocer o construir el acontecimiento. Esto se genera mediante fenómenos externos al sujeto, pero los acontecimientos no tienen sentido al margen de los sujetos, ya que son éstos los que le dan el sentido, se da una relación de inclusión, por la que los fenómenos externos percibidos por el sujeto se convierten en acontecimientos por la acción de éste sobre aquellos (Alsina, 1989).

En este sentido podemos entender que para que se pueda construir una noticia primero tiene que nacer un fenómeno o acontecimiento del cual se pueda crear una opinión al respecto y estos acontecimientos están compuestos por elementos externos a los que el sujeto aplica su conocimiento. De esta forma el sujeto, o receptor de la información relacionada con el acontecimiento puede brindarle su propia interpretación generando un sentido personal sobre el mismo.

Otro factor importante a considerar durante el proceso de construcción de la noticia, es el hecho de que la formación política y social tiene sus propios parámetros para determinar el grado de trascendencia de los acontecimientos. Así, lo que un acontecimiento significa para una cultura, no es aplicable a otras culturas, ya que apunta el carácter subjetivo de lo que en el marco de la comunicación entiende. Esta verdad ha influido a lo largo de la historia de la comunicación en la modificación de la naturaleza misma del acontecimiento. Debemos conocer entonces el acontecimiento antes de la prensa de masas, el acontecimiento durante la hegemonía de la prensa de masas y el acontecimiento en la actualidad (Alsina, 1989).

Esto quiere decir, que la noticia efectivamente se construye desde un acontecimiento, y en la comprensión del mismo intervienen fuerzas externas cuya característica principal es la subjetividad dada por las interpretaciones personales producto de la cultura y la individualidad de un sujeto y el colectivo al cual pertenece. Estas características que pertenecen a la sociología y aplican para los seres humanos indistintamente de su nacionalidad, como ya lo hemos supuesto, pueden llegar a ser aprovechadas por diversos organismos para perseguir un fin. Un ejemplo del control del acontecimiento son las características políticas de la Gaceta de Francia en el periódico controlado por el Cardenal Richelieu, este ejemplo lo da Alsina (1989) y consistió en lo siguiente:

1. Se practica todo el ocultismo posible sobre lo que ocurre en el propio país.
2. Se transmiten las razones de Estado en todo lo que afecta a la política internacional.

3. Se crean unos criterios históricos de valoración de los hechos, sobre todo en lo que se refieren a la vida de la comunidad nacional.

4. Se mitifica todo lo que da *la imagen del poder*, desde el estado de buena esperanza de la reina hasta el anecdotario galante de los cortesanos. (p.4).

El ejemplo de Alsina muestra que las intenciones dentro de la construcción de las noticias por parte de los medios de comunicación no siempre llegan a responder a la pedagogía, ni asume las demandas del mercado y de la audiencia, sino que su construcción persigue intereses políticos con la intención de manipular o producir una imagen sobre un acontecimiento o un fenómeno para la audiencia a la que va dirigida. Este encuadre teórico contribuye a complejizar las implicaciones de un medio dominante en el agendamiento de temas, protagonistas y tonos, en momentos de alta tensión en la opinión pública, aspectos que son muy importantes a la hora de la construcción de la noticia, ya que forman parte de su constructo. Por ende, implica también realizar una conceptualización de estas características de la noticia, para comprender como funcionan en el núcleo de las representaciones mediáticas.

2.2.7.1 Temas

La definición de Tema consiste en una proposición o texto que se toma por asunto o materia de un discurso, o el asunto general que en su argumento desarrolla una obra (RAE, 2014). A nivel de Periodismo cuando se habla de un tema se hace referencia a aquel fenómeno o acontecimiento desde el cual se crea la noticia.

2.2.7.2 Protagonistas

Según la RAE (2014), el protagonista es el personaje principal de la acción en una obra teatral, literaria o cinematográfica, siendo esta persona (fenómeno, o cosa) quien en un suceso cualquiera desempeña la parte principal. A nivel de periodismo podemos identificar al protagonista definiéndolo como la persona desde la que transcurre el centro de interés, siendo de quien más se habla en la noticia.

2.2.7.3 Tonos

Por otra parte, cuando hablamos de tonos, podemos llegar al concepto de carácter o modo particular de la expresión y del estilo de un texto según el asunto que trata o el estado de ánimo que pretende reflejar (RAE, 2014). Se puede añadir el tono de un relato no se basa sólo en su fuerza, si también en su ritmo, este consiste en la forma en la cual se relatan los acontecimientos, cargándolos de emociones y connotaciones con la intención de evocar un efecto en los receptores de la información.

2.2.8 Negativismo Mediático

Uno de los contextos con los que puede relacionarse el proceso de *agenda setting*, y, por ende, el de la construcción de la noticia, es el de negativismo mediático, que podemos decir nace cuando los medios inician una construcción de la noticia basada en una agenda cuyo contenido está en generar emociones negativas o crear posturas negativas de un colectivo hacia cierto fenómeno que es transmitido como noticia.

Igualmente, Castromil (2012) tiene una descripción para esta postura mediática, nos comenta que es la conexión entre el periódico que publicó la noticia y el tono favorable/desfavorable ante el acontecimiento que sea noticia en el momento, creando un escenario mediático altamente polarizado, Él muestra un ejemplo en las elecciones de España en 2008 donde esta polarización no se trata de una polarización cualquiera, sino de una relación medios-política en la que el ataque al adversario prima mucho más que la defensa del candidato o partido más próximo. Es decir, la fórmula del negativismo mediático es fue la preferida por los medios El País, El Mundo y ABC para hacer campaña en 2008.

2.2.9 Síntesis General

A continuación, en la Tabla 1, se muestra una síntesis detallada de todas las teorías que se encuentran relacionadas con esta investigación. En ella se podrá apreciar de manera organizada la interacción de cada uno de estos conceptos y su estrecha

interrelación con el proceso de construcción de representaciones mediáticas y el fenómeno de los medios de comunicación masivos.

Tabla 1. Síntesis general de las teorías investigativas

Teoría	Síntesis
<i>Medios en Latinoamérica y su poder / Medios en Colombia y su poder</i>	Los medios de comunicación en el ámbito nacional e internacional suelen ser controlados por grandes grupos empresariales y además estos tienen influencia en la opinión de gran parte de la población.
<i>Representaciones Sociales</i>	Se pueden construir representaciones y/o conceptos sobre diversos aspectos del mundo en el imaginario de la sociedad.
<i>Representaciones y los Medios</i>	Los medios utilizan su poder e influencia para crear estas representaciones sobre sucesos, grupos y/o fenómenos en el imaginario social de su audiencia.
<i>Mediación Social</i>	Los medios de comunicación funcionan como intermediarios de los acontecimientos y la sociedad, ejerciendo como entes mediadores entre los hechos y lo comunicado sobre los hechos, lo que puede prestarse a compartir la información de manera diferente a los hechos o evocando intencionalmente emociones, ideas o ideales en los receptores.
<i>Agenda Setting</i>	Los medios de comunicación crean una agenda con el apartado de noticias que responde a una planificación estructurada y bien elaborada que responde a los intereses particulares de los grupos dueños de las cadenas de noticias y a sus asociados.
<i>Construcción de la Noticia</i>	La noticia se construye a partir de intereses donde se seleccionan todos los aspectos que la conforman, estos van desde la persona, el lugar, el momento, la intención y la forma en la cual se va a transmitir. En ella se selecciona todo lo relacionado con el tema, protagonistas y tonos que se les atribuirán a los acontecimientos.
<i>Negativismo Mediático</i>	Existe una tendencia por parte de los medios en brindarle un enfoque negativo a las noticias que construyen y forman parte de su agenda.

Fuente: Elaboración propia

3 MÁRCO METODOLÓGICO

3.1 Método

Esta investigación estuvo enmarcada bajo un enfoque mixto, que consiste en un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación, que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada, y lograr un mayor entendimiento del fenómeno a estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Además, tomó datos cuantitativos que permitieron conocer los porcentajes en los cuales se presentaron diversos fenómenos dentro de la presentación de las noticias, y realizó un análisis e interpretación cualitativo de la manifestación de estos datos.

También contó con un diseño transversal, debido a que la recolección de datos se realizó en un momento único, y, además, también es descriptivo-interpretativo, porque los datos fueron procesados a través del análisis de contenido bajo el modelo de Manuel Martín Serrano, donde se utilizaron recursos de la comunicación como la fenomenología y la hermenéutica para el análisis imparcial del texto.

Por consiguiente, es importante mencionar el paradigma fenomenológico, ya que reduce toda realidad a puro fenómeno en cuanto aparece como tal en la conciencia y permite ver lo que se muestra, tal como se muestra por sí mismo. Por lo que la fenomenología estudia los fenómenos que se muestran a la conciencia, que en su carácter humano representa la realidad del sujeto (Figueroa 2008 citado en González y Pantoja, 2018).

E igualmente se destaca la hermenéutica propuesta como una metodología filosófica para descubrir el significado del ser o existencia de los seres humanos en una manera diferente a la tradición cuantitativa (Heidegger, 1962 citado en González y Pantoja, 2018). Estos recursos son importantes porque permiten partir desde la descripción de

los sucesos tal y como se presentan, se pueden sustentar a través del análisis interpretativo, y de teóricos cuyos hallazgos mantienen una estrecha relación con el contenido de análisis.

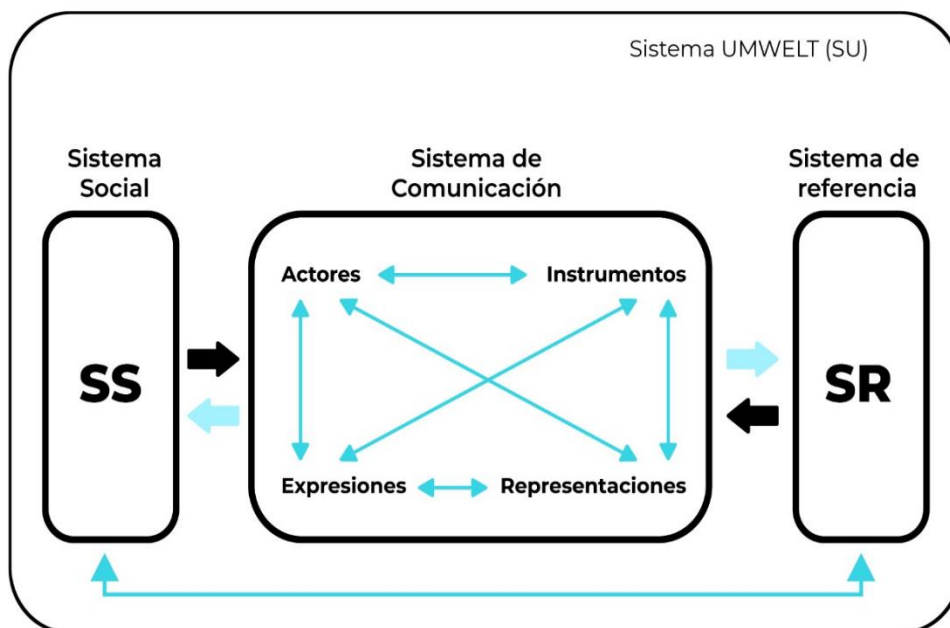
3.2 Modelo de Martín Serrano

Martín Serrano desarrolló un modelo dialéctico que permite distinguir entre tres sistemas implicados en la producción social de la comunicación. Este se conforma por el Sistema Comunicativo (SC), el Sistema Social (SS) y el Sistema de Referencia (SR), este modelo permite explicar las características de los productos comunicativos a través de la reciprocidad entre los tres sistemas.

Las investigaciones de las mediaciones sociales se han centrado en el componente representacional del SC, es decir en el análisis de las representaciones que ofrecen los mensajes comunicativos en relación al SR. La inclusión de este último sistema (SR) proviene de la semiótica y se refiere a todo aquello a propósito de lo cual los medios pueden comunicar. En otras palabras, el SR incluye los universos reales o ficticios de los que el SC puede tomar datos. Se considera que cada sistema está abierto a la influencia de los otros y que, al mismo tiempo, gozan de una autonomía parcial que permite diferenciarlos con base a sus características, organización y funciones (Serrano, 2007).

Para llegar a una comprensión de los diversos aspectos, características y funciones de los medios de comunicación, se necesita considerar las relaciones de influencia recíproca entre los tres sistemas. De esta forma, el modelo de la mediación social intenta dar cuenta de las transformaciones del SC en relación con la modificación de los objetos de referencia (SR) y el cambio de las estructuras e instituciones sociales (SS). A continuación, en la Figura 1, se muestra una explicación gráfica de la inter relación de estos sistemas.

Figura 1. Modelo Dialectico de la Comunicación de Martín Serrano



Fuente: (Serrano, 2007; Baca, 2008)

Como ha desarrollado Baca (2008), el modelo dialéctico indica que la producción institucional de comunicación tiene lugar cuando el SC toma ciertos datos del SR que transmite al SS, influyendo sobre las mentalidades y las acciones sociales y sobre el propio SR. Al mismo tiempo, dichas acciones pueden incidir directamente en el SC o pasar a formar parte del SR. A su vez, los cambios en el SR pueden afectar directamente al SC cuando se reflejan en los productos comunicativos o indirectamente cuando influye sobre ideas y actuaciones sociales con incidencia en el SC.

3.3 Fuente de datos

Los datos estuvieron conformados por los textos de la presentación de las notas de Noticias Caracol, que cubrieron el Paro Nacional desde el 28 de abril hasta el 16 de junio del año 2021. Estas consistieron en un total de 957 presentaciones que fueron seleccionadas para servir como la muestra con la cual trabajó esta investigación.

3.4 Técnica de recolección de datos

La recolección de datos se realizó a través de la revisión manual y sistemática por medio de una plataforma privada de monitoreo de noticias que determinó cuáles fueron las noticias relacionadas con el Paro Nacional entre el 27 de abril y el 16 de junio en Noticias Caracol en sus diferentes emisiones, los textos fueron extraídos a través de una escucha global de la noticia para quedarse con las ideas fundamentales que brindan material para la comprensión de la información, la unidad de análisis extraída de estas emisiones fueron los textos de la presentación de las notas de Noticias Caracol, ya que permiten conocer la forma en la cual se introduce la noticia a la audiencia.

Posterior a esto, los textos fueron transcritos y organizados en una matriz conformada por la fecha de la emisión, el medio, el titular, el tipo de soporte, la categoría y se le asignó un valor nominal basado a su orden de aparición. La matriz fue realizada a través de la plataforma de monitoreo de medios Siglo Data donde se buscó el enunciado de las noticias relacionadas con el paro nacional, esta matriz tiene el link de la nota que salió al aire, el inn o texto de presentación que hace el presentador o presentadora y que leen en su *tele prometer*, que es lo que se analiza en esta oportunidad. Se escogieron las fechas entre el 27 de abril y el 16 de junio, ya que el paro empezó el 28, por lo que se quiso conocer la información desde el día anterior al inicio de las manifestaciones, hasta el 16, día en que el comité nacional del paro decide terminarlo unilateralmente. Los datos de esta matriz se encuentran disponibles en la referencia: (Correa, 2021).

3.5 Técnica de procesamiento de datos

Para el proceso de procesamiento de datos de esta investigación, en primer lugar, se construyó una matriz con cada uno de los códigos a través de los cuales se procesó la información. Seguido de esto, los códigos fueron organizados en una matriz de contenido para poder apreciar con mayor comodidad cada uno de los códigos y categorías seleccionados. La base metodológica utilizada consistió en un formato realizado por

López, et al (2021), bajo el modelo teórico de Martín Serrano. El formato utilizado fue el siguiente:

Tabla 2. Libro de Códigos

Variables	Valores asignados	Descripción, explicación o ejemplo
<i>VALOR NOMINAL</i>	1,2,3...	Numeración de forma consecutiva a las noticias gestadas en Caracol Televisión a las 7 de la mañana
<i>TEMÁTICA DE LA NOTICIA</i>	Paro nacional (1), Covid19 (2), Inseguridad (3), Vandalismo (4), violencia (5), democracia (6)	Relevancia de los titulares informativos
<i>PROTAGONISTA DEL TITULAR</i>	Presidente/Gobierno nacional (1), Gobiernos locales, (2), Manifestantes (3), Comité del paro (4), líderes sociales (5),	Personaje en torno al cual gira la noticia
<i>ROL DEL PROTAGONISTA</i>	manifestante primera línea (1), violador de derechos humanos (2), Negociador (3), Analista (4), Victima (5)	Percepción de los medios informativos para con la persona
<i>TONO DEL TITULAR</i>	Informativo (1), denuncia (2), conciliador (3), elogiosos (4), descalificador (5)	Hace referencia a la actitud y forma de expresarse que tiene el titular
<i>ACTO</i>	VALOR CUALITATIVO. En caso de no tener poner 0	Acción dada por el noticiero al protagonista del titular
<i>MENSAJE OBJETIVO DEL PROTAGONISTA</i>	VALOR CUALITATIVO. En caso de no tener poner 0	Los objetivos que nos cuentan, intentan alcanzar el protagonista
<i>VALORES QUE DEFIENDE EL TITULAR</i>	VALOR CUALITATIVO. En caso de no tener poner 0	Se encuentran anticorrupción, paz, justicia, igualdad, respeto y tolerancia

<i>ATRIBUTOS DEL PROTAGONISTA</i>	VALOR CUALITATIVO. En caso de no tener poner 0	Adjetivos valorativos con los que se define al Actor, los cuales pueden ser valentía, incorruptibilidad, atractivo, vandalismo, heroísmo, etc.
<i>ASOCIACIÓN</i>	SI (1) NO (2)	Respuesta positiva del protagonista con el titular de noticia
<i>OPOSICIÓN</i>	SI (1) NO (2)	Respuesta negativa del protagonista del titular con el titular de noticia
<i>CORTINA DE HUMO</i>	SI (1) NO (2)	El protagonista titular tergiversa la información real y pretende cambiar de tema porque no tiene argumentos suficientes para justificarse
FALACIAS <i>SUPOSICIONES SIN PRUEBAS</i>	SI (1) NO (2)	Argumentar de forma errónea los hechos, llevado más desde la pasión que la razón.
<i>REPETICIÓN OBSESIVA</i>	SI (1) NO (2)	Pensamiento recurrente de forma errónea, con la finalidad de generar sofismas que permitan volver la información en verídica
<i>INCREMENTO EVENTUAL</i>	SI (1) NO (2)	El titular de noticia puede generar contagio y tener repercusiones en otros lugares y en el futuro.

Fuente: Correa (2021) adaptado de López, et al (2021)

Los bloques que constituyen el análisis están constituidos por dos niveles, dentro del primer nivel se encuentran las categorías relacionadas con los temas, tonos y protagonistas de los textos de la presentación de las notas de Noticias Caracol, mientras que el segundo nivel de análisis se encuentra constituido por las características del mensaje y los argumentos o falacias empleados a la hora de abordar el protagonista a la luz de un tema y un tono manejado.

El segundo nivel de análisis es importante porque permite una mayor comprensión del primer nivel, el mensaje amplía el universo general desde el que se aborda al protagonista, y las falacias nos permiten apreciar el nivel de sesgos y/o manipulaciones personales con las que se pudo llegar a cargar la transmisión de la noticia.

3.6 Técnicas de análisis de datos

En el apartado cuantitativo se utilizó un análisis porcentual a través de la aplicación de fórmulas de cálculo de porcentajes, que permitieron observar los grados en los cuales se manifestaron los códigos previamente identificados y la proporción de estos en relación al resto.

La técnica que se decidió emplear en el apartado cualitativo fue el análisis de contenido. Para ello se utilizó la propuesta del trabajo realizado por López, et al (2021), bajo el modelo teórico de Martín Serrano.

Este esquema resultó de suma importancia para la investigación porque permitió realizar un análisis de los temas, protagonistas y tonos que se emplearon en la construcción de la agenda pública, así como también el mensaje y las falacias que caracterizaron las noticias, y, por ende, las representaciones mediáticas generadas. A continuación, en la Tabla 3, se comparte un ejemplo de las categorías seleccionadas para el análisis.

Tabla 3. Matriz de Análisis

VALOR NOMINAL	TEMÁTICA DE LA NOTICIA	PROTAGONISTA DEL TITULAR	ROL DEL PROTAGONISTA	TONO DEL TITULAR	MENSAJE						FALACIA						
					ACTO	OBJETIVO DEL PROTAGONISTA	OBJETIVO	VALORES QUE DEFIENDE EL TITULAR	ATRIBUTOS DEL PROTAGONISTA	ASOCIACIÓN	OPOSICIÓN	CORTINA DE HUMO	SUPOSICIONES SIN PRUEBAS	REPETICIÓN OBSESIVA	INCREMENTO EVENTUAL		

Fuente: Correa (2021) adaptado de López, et al (2021)

3.7 Confiabilidad y validez

La credibilidad de esta investigación se presenta entre los datos recogidos por el investigador y la realidad. Para garantizarlo, se cumple con la corroboración o coherencia estructural, juicio crítico de expertos y en especial la ejecución de una apropiada triangulación, entendida por Benavides y Carlos (2005) como el uso de varios métodos de fuentes de datos, de teorías, de investigadores o de ambientes en el estudio de un fenómeno. Donde al conocer otro punto de referencia y colocarse en un tercer punto, se puede tener una orientación con respecto a los otros dos puntos y localizarse en la intersección. El propósito del investigador es la búsqueda de patrones de convergencia para poder llegar a una interpretación global del fenómeno a estudio de la investigación.

4 RESULTADOS

Se realizó una matriz que busca aunar todos los datos, permitiendo generar un informe sobre las constantes de la información, los asuntos de mayor interés, sus protagonistas, el mensaje que dan y su caracterización. Para la matriz, se generó una lista de códigos que permite comprender las distintas variables que se manejaron. Dentro de estas, se encuentran generalidades como la temática de la noticia, su protagonista, el rol que el mismo ejecuta, y el tono que se maneja, así como el mensaje que caracteriza al protagonista, y la manifestación de falacias durante la comunicación de las noticias.

A continuación, se comparten algunas tablas y gráficos que permiten dar un análisis cuantitativo de la matriz, esto a la luz de los objetivos planteados, es decir tablas que evidencian temas, tonos y protagonistas en frecuencias y porcentajes, todo esto junto a los cruces más significativos en el marco del paro nacional, y en general todo lo que a nivel de cifras globales señale indicios y hallazgo junto a su respectiva interpretación cualitativa.

4.1 Temas

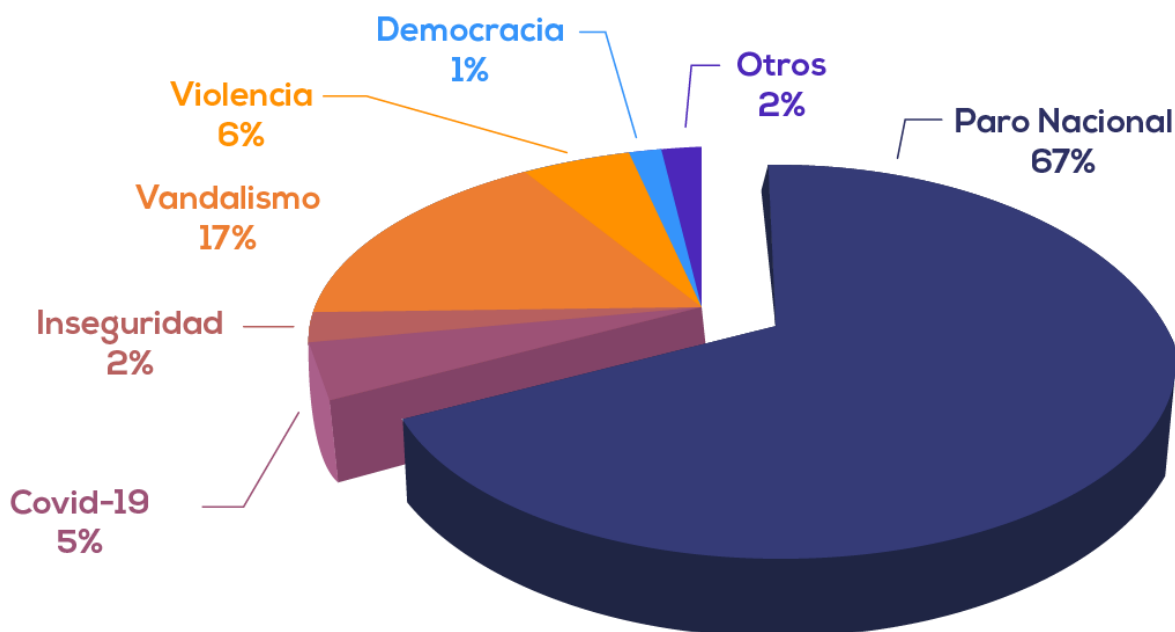
De la muestra total de 957 textos de la presentación de las notas de Noticias Caracol, La mayoría de los temas presentes en los titulares son las del *Paro nacional*, con un 67%, seguidas de las noticias de *Vandalismo* que también hacen referencia al paro y tienen una participación del 17%, y de hechos de *Violencia*, que representa el 6% de los temas y también tienen relación con el paro nacional.

Esto indica una presencia significativa de que todas las emisiones tuvieron como enfoque central los sucesos del Paro Nacional, por lo que se puede afirmar que en las emisiones de Noticias Caracol se tuvo la intención de reportar sobre el fenómeno de movilización social que estaba viviendo el país en ese momento, estos datos pueden observarse a continuación en la Tabla 4 y la Figura 2.

Tabla 4. Temas

Titular	Frecuencia	Porcentaje
Paro Nacional	642	67,08%
COVID-19	45	4,70%
Inseguridad	23	2,40%
Vandalismo	160	16,72%
Violencia	54	5,64%
Democracia	14	1,46%
Otros	19	1,99%
Total:	957	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2. Temas

Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte, las noticias que platicaban sobre la pandemia del Covid-19 solo representaron un 5% del total de los temas cubiertos durante el 27 de abril y el 16 de junio, y su mención normalmente estuvo orientada a que gran parte de los contagios del virus estuvo ocasionada gracias a las concentraciones públicas de las manifestaciones, por lo que se utilizó para solicitar la disolución de los manifestantes en pro de disminuir los contagios y el colapso hospitalario. Un ejemplo de lo anterior es la noticia número 14,

la cual menciona que en Cali y el Valle del Cauca se mantenían en alerta roja, y los médicos y autoridades hacían un llamado para que se tomen todas las medidas de precaución o se evalúe suspender las marchas por emergencia del Covid-19.

Por ende, es importante seleccionar el medio que brinda información. El país posee muchas problemáticas, desde lo económico, social, educativo, en salud, que han resultado en estallidos sociales como las protestas, sin embargo, las noticias de Covid-19 han sido la constante por más de un año. Por lo que se hace interesante analizar que con la consecución de las protestas bajaron significativamente.

Es importante comprender, que para el año 2020, en pleno surgimiento de Covid-19, el estado de los pacientes, la capacidad de camas UCI, y el total de muertos era irrelevante para los números tan elevados que arrojó el 2021, dónde precisamente entre abril y mayo, el sistema hospitalario estaba colapsado y se presentaron récords en el aumento de muertos¹, lo cual para los televidentes no resultó de gran impacto, por la costumbre que ya tenían referente a la enfermedad y porque el tema puesto en la agenda era el paro nacional y las confrontaciones dadas por el mismo.

El postulado anterior nos permite visualizar la forma en la que los medios en Colombia ejercen su poder para difundir las noticias que respondan a sus intereses, y como estas son implantadas en la psique del televidente resaltando en importancia. En Colombia medios como el Tiempo, tienen el dominio de la circulación nacional y la capacidad para proponer la agenda, que siempre responderá a unos intereses particulares, mientras que, en radio y televisión, la situación es similar, ya que existen dos grandes oligopolios: (Caracol y RCN), quienes han logrado dominar la generación de agendas y uniformizan formatos que transmiten en horarios paralelos y con puntos de vista similares (Gutiérrez, 2009).

¹ El Ministerio de Salud de Colombia informó en su boletín epidemiológico, emitido el 5 de junio, que la nación registró 28.971 contagios y 532 muertes en las últimas 24 horas, elevando el acumulado a 91.422 decesos asociados a la enfermedad, además las UCI están colapsadas al 97% de su capacidad (France24, 2021).

4.2 Protagonistas

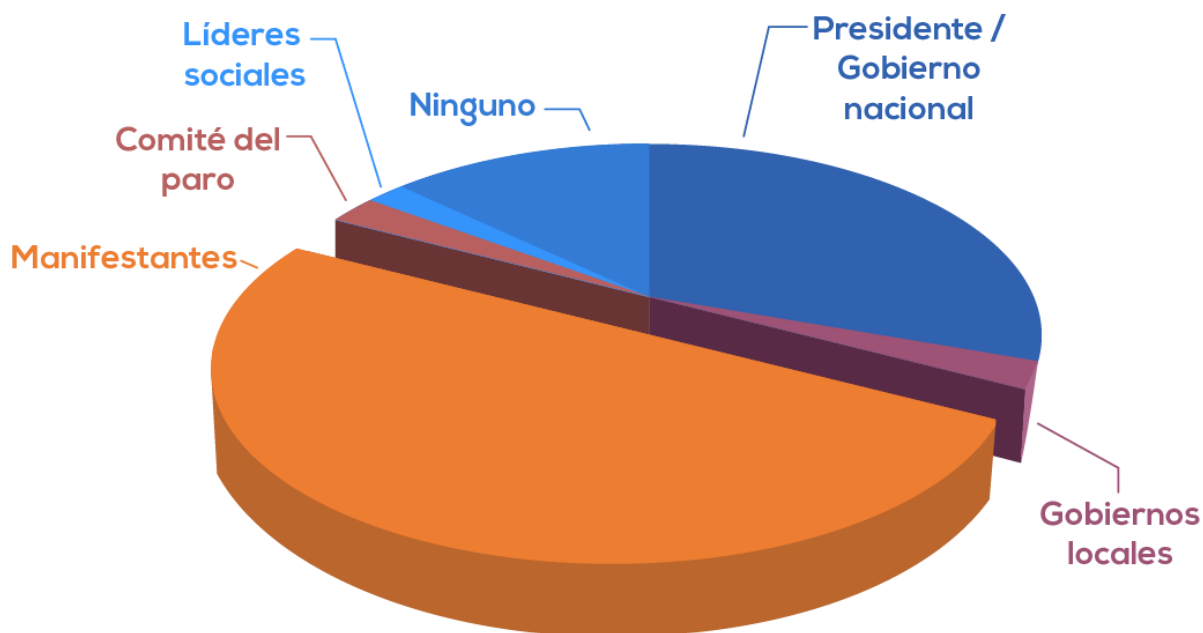
Con respecto a los protagonistas identificados a través de su número de menciones y repeticiones en los temas cubiertos durante el 27 de abril y el 16, los que obtuvieron la mayor participación fueron los *Manifestantes* con un 50,68%, seguidos del *Gobierno nacional* con un 30,62%, y un 12,85% que no corresponde a *Ninguno de los anteriores* mencionados. Estos datos pueden ser apreciados en la Tabla 5 y la Figura 3.

Tabla 5. Protagonistas

Titular	Frecuencia	Porcentaje
Gobierno Nacional	293	30,62%
Gobiernos locales	16	1,67%
Manifestantes	485	50,68%
Comité del paro	22	2,30%
Líderes sociales	18	1,88%
Ninguna de las anteriores	123	12,85%
Total:	834	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Protagonistas



Fuente: Elaboración propia

De los datos anteriores se puede destacar que las noticias giraron principalmente en torno a los manifestantes, y desde diversas noticias como la número 25, donde se comenta que “En Cali ya se presentaron los primeros disturbios, donde los manifestantes derribaron la estatua de Sebastián de Belalcázar en el oeste de Cali”, la número 46 en la que se relata que “En el segundo día de paro nacional, varias ciudades del país se vieron envueltas en el caos, vandalismo y enfrentamientos entre manifestantes y el Esmad, la número 88 donde se mencionan que existen “Reportes de violencia, saqueos, desmanes y enfrentamientos entre manifestantes y la fuerza pública en el marco de las marchas del paro nacional en varias regiones del país”, y la número 212 en la que se relata que “Mientras el país sigue en paro nacional con algunos bloqueos que están afectando la llegada de alimentos a las regiones. La esperanza y la luz para poder superar esta crisis está en manos de los diálogos regionales y también las conversaciones del alto gobierno con los diferentes sectores sociales y el ELN.”, entre otras.

Podemos observar que su presencia estuvo orientada al reporte de comentar la violencia, saqueos, bloqueos, vandalismo y enfrentamientos que algunos grupos de manifestantes efectuaban e incluso ponerlos al nivel de grupos armados ilegales. Mientras que las noticias donde el Gobierno Nacional era el protagonista estaban orientadas en relatar como esta entidad nacional solicitaba aplazar las marchas o mediar para que estas cesaran, como las manifestantes dificultaban que el gobierno nacional realizara actos humanitarios como la repartición de vacunas contra el Covid-19. La muestra del gobierno nacional como ente que busca la conciliación y el descontento que tienen diversos sectores ante el gobierno nacional.

Un ejemplo de lo anterior, lo podemos encontrar en la noticia 22 donde se relata que “A pesar del fallo del Tribunal de Cundinamarca que ordena aplazar la jornada de protestas, Bogotá tendrá listo un gran dispositivo de mil 800 uniformados de la Policía desplegados en los puntos donde se han establecido posibles congregaciones para protestar”, la noticia 192 que habla dice “El departamento de Córdoba ha sido ejemplo de reconciliación y de manifestaciones pacíficas en las jornadas de protestas en Montería. Los jóvenes se han destacado por liderar el buen comportamiento en el paro

nacional”, e igualmente la noticia 230 que describe que “El Gobierno anunció que hay humo blanco y que se estableció hora y fecha para la reunión con el comité del paro y la noticia 411 en la que se habla que “El Gobierno y el Comité del Paro regresan mañana a la mesa de negociación. Discutirán las exigencias y el descontento que tienen a muchos en la calle”.

Con respecto al rol del protagonista, principalmente se lo lleva el de *Manifestantes de primera línea* con un 35% de participación, seguido de *Violador de derechos humanos* con 23%, mientras que el tercer rol más mencionado fue el de *Negociador* con un 16% de participación. Estos datos nos permiten resaltar que las noticias mantuvieron una orientación en hablar sobre los manifestantes, específicamente los que se encontraron al frente de los acontecimientos expresando su descontento social, mensaje que estuvo cargado desde la comunicación de la ejecución de actos negativos por parte del protagonista, como lo son, actos de violencia, disturbios, bloqueos, saqueos, etc.

Todo lo anterior responde a un claro ejemplo de negativismo mediático, ya que la cobertura total contiene algún tipo de sesgo, siendo predominante aquella referida a las informaciones negativas. Este fenómeno genera preocupación ya que el uso de estas estrategias negativas genera efectos nocivos sobre la ciudadanía, en especial porque la ventaja de estos mensajes negativos radica en un poder de influencia superior, ya que puede llevar a sobredimensionar algunas problemáticas en el debate público, generando como consecuencia el aumento del cinismo, la desafección política y la propia desconfianza de las instituciones (López, 2016).

En la misma línea, el segundo rol que el medio de comunicación Noticias Caracol les dio a los manifestantes fue el de *Violador de los derechos humanos*, este se manifestó a través de noticias como la 607 donde se dice que “La alcaldesa de Bogotá Claudia López entregó un informe a representantes de derechos humanos de Naciones Unidas con las denuncias que se han recolectado de violaciones de los derechos humanos en el paro que completa ya casi un mes” y la 669 donde se relata que “El ministro de la Defensa Diego Molano envió una carta a ocho organizaciones internacionales con denuncias

sobre violaciones a los derechos humanos contra los miembros de la Fuerza Pública en el marco de las protestas del paro nacional”.

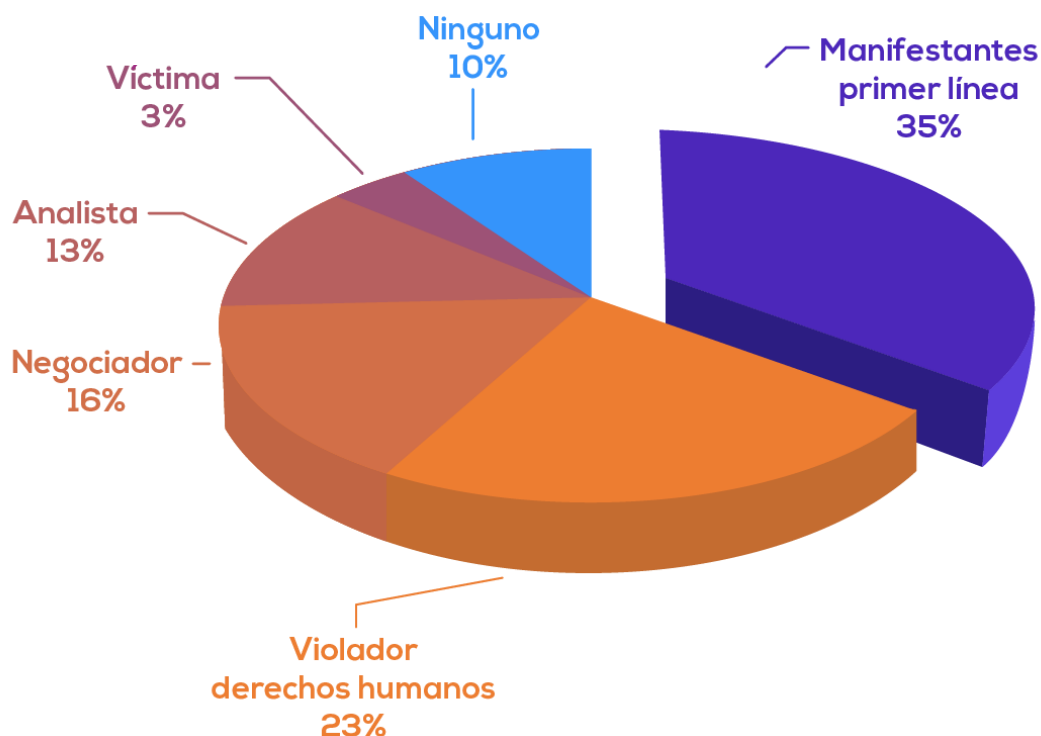
A síntesis general se describe que los manifestantes efectuaron violaciones a los derechos humanos y estos han estado orientados principalmente en contra los miembros de la Fuerza Pública, y otro grupo donde se habla de las violaciones de derechos humanos en general, durante el proceso del Paro Nacional. Es distinto calificar de manifestante a una persona que participa en las marchas a una o un grupo de personas que ya son denominados “violadores de derechos humanos” y que podemos ver tienen una participación importante dentro de esta estadística.

Ser un violador de derechos humanos en una marcha que se supone “lucha” por los derechos de las personas, deslegitima su acto de protestar, el tema y el foco se van hacia el protagonista como un trasgresor de derechos en vez de ser un defensor y así lo representa Caracol Noticias. Los actos donde se refieren al manifestante como violador de derechos están en el 96% de las 218 noticias de la muestra. Los datos estadísticos pueden verse a continuación en la Tabla 6 y la Figura 4.

Tabla 6. Rol protagonista

Rol protagonista	Frecuencia	Porcentaje
Manifestante primera línea	337	35,21%
Violador de derechos humanos	218	22,78%
Negociador	156	16,30%
Analista	120	12,54%
Víctima	33	3,45%
Ninguno	93	9,72%
Total:	957	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Rol protagonistas

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, el rol con menor porcentaje fue el de *Víctima* con un 3% total de presencia, este rol le fue asignado tanto a los protestantes, como a los civiles y a las fuerzas públicas, se puede encontrar en la noticia 128 que relata “Anoche en Bogotá Cundinamarca centenares de habitantes se congregaron frente a la Basílica Menor para rendir un homenaje a las víctimas civiles y uniformados que han caído en medio de estas protestas en diferentes partes del país”, la noticia 750 donde se comenta que “En el Monumento Fragmentos, se abrió una exposición fotográfica como homenaje a las víctimas civiles y miembros de la policía que han muerto durante las marchas de los últimos 2 años y la noticia 902 donde se manifiesta que “La Comisión Interamericana de Derechos Humanos cerró su visita a Colombia y lo hizo escuchando a Policías que también se convirtieron en víctimas durante las protestas a los gremios y expresando al Gobierno su preocupación por la estigmatización que escucharon durante las audiencias”. Todas estas noticias destacaron en su gran mayoría a las fuerzas públicas como las víctimas del paro nacional y centraron su contenido en los homenajes que estos recibían por su labor durante las Manifestaciones en Colombia del 2021.

4.3 Tonos

Del 957 total de la muestra, se presentaron 1049 repeticiones de los tonos que se le atribuyeron a las noticias, la mayoría se anunció a través de un tono *Informativo*, con un 45%, seguido de todos *Descalificadores* con un 16% y *Denunciante*s con un 15%. El hecho de que el mayor porcentaje se lo hayan llevado los tonos informativos, nos indica que parte de los objetivos debieron estar enfocados en la generación de confianza por parte del espectador, especialmente porque este tipo de tonos suelen generar veracidad y seguridad de los diversos fenómenos del mundo, puesto que funcionan como un proceso de clase o enseñanza de lo sucedido, fenómeno por lo cual lo dicho no suele ser cuestionado, ya que es interpretado por el receptor como la verdad.

Sin lugar a duda, este tipo de tonos puede ser visualizado en 468 noticias, entre ellas la noticia 19 que plantea que “Los sindicatos decidieron mantener en firme el llamado a la movilización de mañana en medio del tercer pico por contagio de COVID-19”, la número 38 donde se comenta que “Un hecho salido de tono se registró esta noche en la plenaria del Senado. El protagonista fue el senador de la Alianza Verde Iván Name quien habló sin percatarse de que su micrófono estaba abierto”, la número 173 “Balance de las noches de saqueos, violencia y vandalismo en varias ciudades del país”, la número 508 “Cali se prepara para la Marcha del Silencio”, la número 917 “El presidente Iván Duque no pasó por alto la polémica generada por el Directivo de Fecode Nelson Alarcón quien justificó el paro con fines políticos.”, entre otras.

Se pudo observar, que los dos tonos que se presentaron con segunda y tercera mayor intensidad fueron los que tenían una connotación de descalificadores y denunciante. De las 159 noticias con el tono de denuncia, el 97% es para el rol de manifestante mientras que para el tono de descalificador, de las 164 notas el 85% pertenecen a noticias donde el protagonista es el manifestante. Nos encontramos noticias como la número 100, donde el objetivo fue Juzgar falta de Liderazgo del defensor del pueblo. Mientras que por los que manejaron tonos denunciante tenemos la noticia número 153 donde se realizan solicitudes como la retomar la actividad económica y la denuncia al paro nacional como

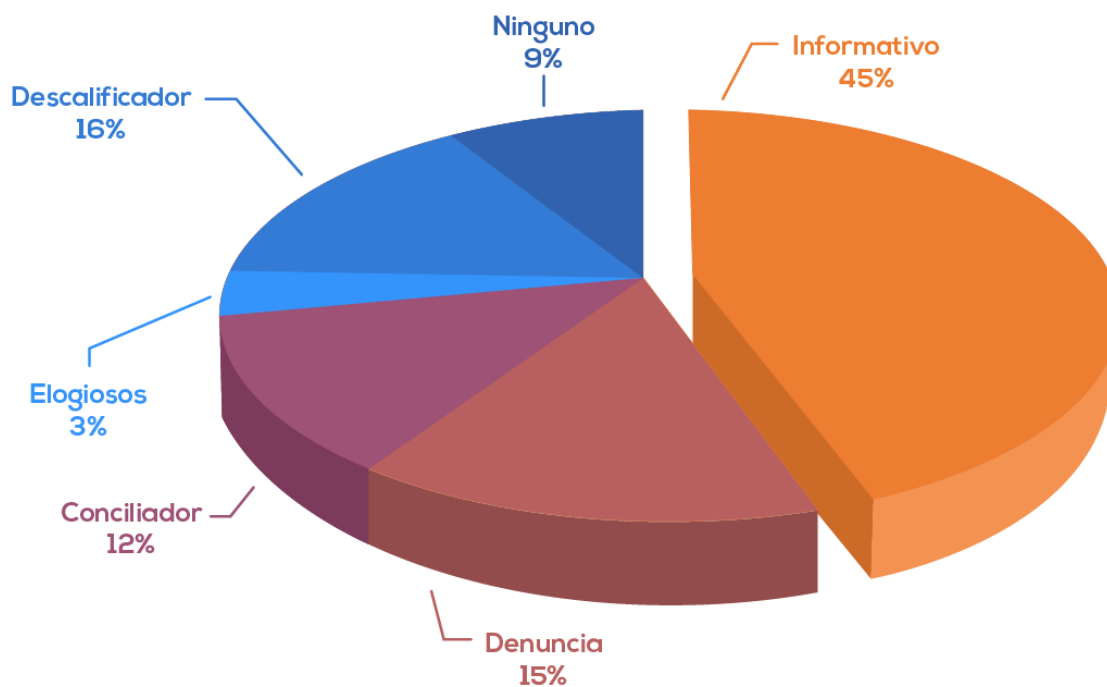
causante de las dificultades económicas del país. A continuación, en la tabla 7 y la figura 5 se podrán apreciar los datos estadísticos de este apartado.

Tabla 7. Tonos

Tonos	Repeticiones	Participación
Informativo	468	44,61%
Denuncia	159	15,16%
Conciliador	130	12,39%
Elogiosos	35	3,34%
Descalificador	164	15,63%
Ninguno	93	8,87%
Total:	1049	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Tonos



Fuente: Elaboración propia

En tal sentido, podemos entender esta atribución de tonos como un acto de crear representaciones sociales del grupo de manifestantes para modificar el ideal social que los televidentes constituyen sobre ellos. Una constante presente en los tonos empleados para la construcción de las noticias en torno al paro por el medio de Noticias Caracol, es

que ha manejado tonos desde denigrantes y amarillistas, y una versión opuesta con tonos conscientes, coherentes y en apoyo del pueblo. Esto lo podemos interpretar como un proceso de asociación en el cual se denuncia al manifestante mientras se gana a la audiencia en la cual se está generando la implantación de la representación. En especial, teniendo presente que la representación se origina de la acción transitiva de un sujeto que, al advertir un objeto, de él construye una imagen (Silveira, 2002).

Por lo que, desde un enfoque cualitativo, se observa que las noticias buscan hablar constantemente de las pérdidas y caos que generó el paro, siendo valederas o no las acciones de los manifestantes, los titulares expresan miedo en los televidentes, dado que informan sobre robos, saqueos, y los caos generados por los bloqueos, y en algunas ocasiones por la policía.

4.4 Mensaje

A continuación, se analiza el mensaje que se da con la noticia, la cual juzga de forma positiva o negativa la participación del protagonista del titular, señalando los valores que transmite, su objetivo y el acto que desarrolla, así como si apoya o no la noticia generada. Dentro del análisis del mensaje se presentan 5 unidades cualitativas de análisis, estas son *Acto*, *Objetivo del protagonista*, *Valores que defiende el titular* y *Atributos del protagonista*. La interpretación de estas categorías nos permitirá llegar a una mayor comprensión de cómo se manifiesta el mensaje construido por el medio Noticias Caracol, y, por ende, comprender con mayor detalle las representaciones mediáticas que genera.

Otros tipos de actos atribuidos estuvieron mayormente enfocados en la conciliación a través de diálogos y negociaciones entre los bandos, mostrando una cara benévola por parte de los organismos e instituciones nacionales y sus intenciones de poner fin a las manifestaciones, ya que, con base a los datos y reportes, estas eran presentadas como las causantes de la desestabilidad social, generando los problemas económicos del país, el desabastecimiento, el aumento de precios y aumentando el número de contagios por el Covid-19.

Figura 7. Nube de palabras - Objetivo del protagonista



Fuente: Elaboración propia

Anudado al apartado anterior, al realizar un análisis de los objetivos podemos darnos cuenta de que mantienen una estrecha relación con las intenciones de generar bandos y agrupar a los manifestantes dentro del bando de “los malos”, a través de objetivos como vandalizar, obstruir, bloquear y protestas. Junto a esto los medios también construyen un segundo bando que persigue las intenciones opuestas y se le suele atribuir a las entidades nacionales como el gobierno nacional, cuyos objetivos presentaron fueron solucionar, conciliar, dialogar, escuchar, entre otros, lo que genera la construcción de una imagen de simpatía hacia estos organismos, por parte de la audiencia que se ha

sentido afectada por las movilizaciones, y busca los mismos objetivos conciliadores atribuidos a este segundo bando.

Igualmente, es importante mencionar la creación de un tercer rol con la intención de mostrar una imagen que aspira a ser un reflejo de la realidad y que es auto atribuido al medio de noticias, en este los objetivos de informar, conocer y opinar destacan como principales y su sentido está dado a la intención de generar empatía en la audiencia para ellos poder ser percibidos como un medio verídico y de confianza.

Figura 8. Nube de palabras - Valores que defiende el titular



Fuente: Elaboración propia

Los valores principalmente identificados en este apartado son los que tienen una orientación hacia los valores más puros en términos de humanidad y sociedad, así como hacia la neutralidad, hablan derechos humanos, libertad de expresión, respeto, justicia, dignidad equidad, tolerancia, etc. Esto se puede interpretar como la búsqueda del medio en crear una resonancia junto al espectador para generar en ellos una asociación de estos valores con su imagen, esta interpretación está en línea con la identificación de esa figura que busca la neutralidad y es atribuida al propio medio Noticias Caracol para

ganar la simpatía de su audiencia, e igualmente, este valor es atribuido por el medio, a entidades y figuras públicas pertenecientes o partidarias del gobierno nacional.

Figura 9. Nube de palabras - Atributos del protagonista



Fuente: Elaboración propia

En línea con lo anterior, los atributos del protagonista también estuvieron enfocados a elevar la imagen de las entidades nacionales y los actores que las representan, cargándolos de atributos como líderes, estudiosos del tema, con sentido de pertenencia, justos, laborioso, carismáticos, entre otras, lo que muestra la intención de una construcción positiva de la imagen de este grupo ante la audiencia.

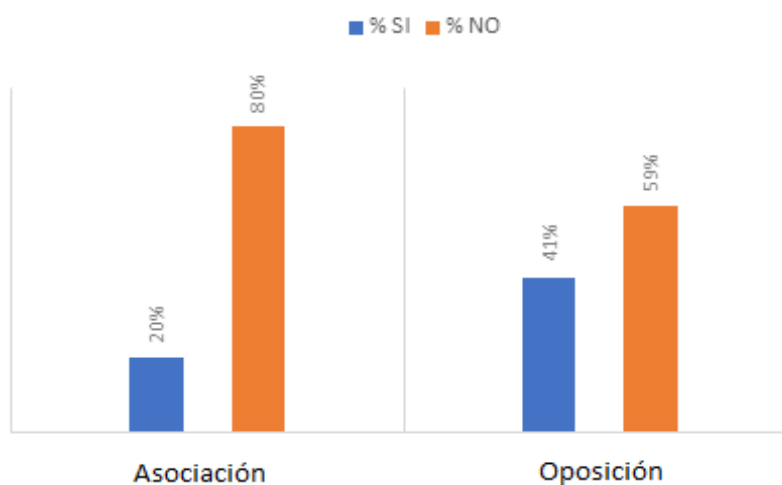
Con respecto al mensaje, existen dos valores de análisis cuantitativo opuestos llamados *Asociación* y *Oposición*, estos refieren al tipo de respuesta del protagonista con el titular de noticia, a continuación, en la Tabla 8 y la Figura 6, se comparten los datos obtenidos de estos dos valores.

Tabla 8. Asociación / Oposición

Asociación	Frecuencia	Porcentaje
Si	188	20%
No	769	80%
Total:	957	100%
Oposición	Frecuencia	Porcentaje
Si	390	41%
No	567	59%
Total:	957	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Asociación / oposición



Fuente: Elaboración propia

En el apartado anterior se puede observar que en términos de asociación la presencia mayoritaria fue el NO con un 80%, lo que significa que la respuesta del protagonista no se encontró enfocada hacia esta tendencia. Mientras que, en relación al término de *Oposición*, se puede apreciar que la respuesta mantuvo una tendencia hacia el equilibrio, ya que los datos muestran un 41% de tendencia a la oposición y frente a un 59% de tendencia a la no oposición.

4.5 Falacias

El elemento final del registro y análisis de la matriz son las falacias de las noticias, las cuales evalúan la veracidad en la información dada por el protagonista titular, en las cuales puede pretender engañar al espectador mediante la tergiversación de la realidad o simplemente atosigar con la repetición de la misma noticia, generando un incremento del evento. Una falacia también se identifica cuando se encuentran fallas en el razonamiento de los argumentos dados. Por eso en la matriz de análisis se subdivide en cortina de humo, suposiciones sin pruebas, repetición obsesiva e incremento eventual. Con estas características se lograron encontrar falacias dentro de varias noticias.

A continuación, se comparten las tablas y figuras relacionadas con las falacias de las noticias, estas unidades de análisis cuantitativo nos permitirán conocer de qué manera se presentó la veracidad de la información, y se conforman por *Cortina de humo*², *Suposiciones sin pruebas*³, *Repetición obsesiva*⁴ e *Incremento eventual*⁵.

Tabla 9. Cortina de humo

Cortina de humo	Frecuencia	Porcentaje
Si	123	13%
No	834	87%
Total:	957	100%

Fuente: Elaboración propia

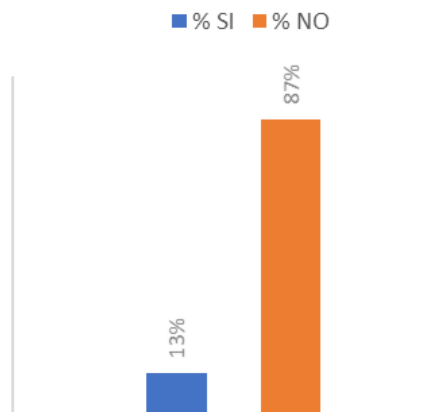
Figura 11. Cortina de humo

² El protagonista titular tergiversa la información real y pretende cambiar de tema porque no tiene argumentos suficientes para justificarse (Correa, 2021).

³ Argumentar de forma errónea los hechos, llevado más desde la pasión que la razón (Correa, 2021).

⁴ Pensamiento recurrente de forma errónea, con la finalidad de generar sofismas que permitan volver la información en verídica (Correa, 2021).

⁵ El titular de noticia puede generar contagio y tener repercusiones en otros lugares y en el futuro (Correa, 2021).



Fuente: Elaboración propia

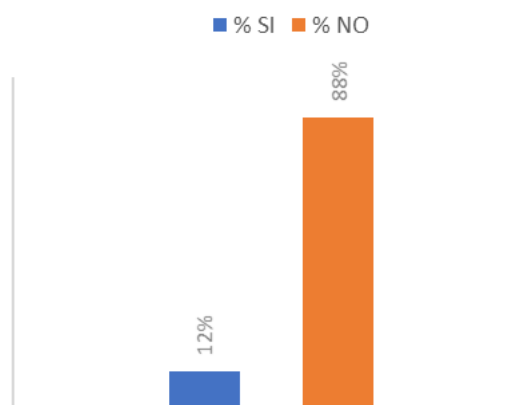
Se encontró que en el valor de *Cortina de humo* en el 80% de los casos el protagonista del titular no tergiversó la información real ni propició cambio del tema por falta de información veraz.

Tabla 10. Suposiciones sin pruebas

Cortina de humo	Repeticiones	Participación
Si	115	12%
No	842	88%
Total:	957	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 12. Suposiciones sin pruebas



Fuente: Elaboración propia

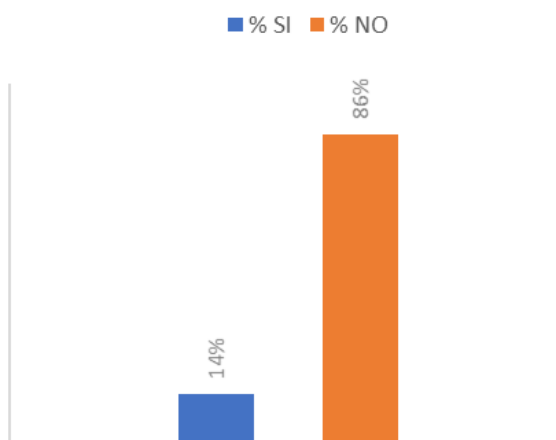
Los resultados estadísticos indican que para el valor *Suposiciones sin pruebas*, en el 86% de los casos no se argumenta de forma errónea los hechos.

Tabla 11. Repetición obsesiva

Cortina de humo	Frecuencia	Porcentaje
Si	134	14%
No	823	86%
Total:	957	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13. Repetición obsesiva



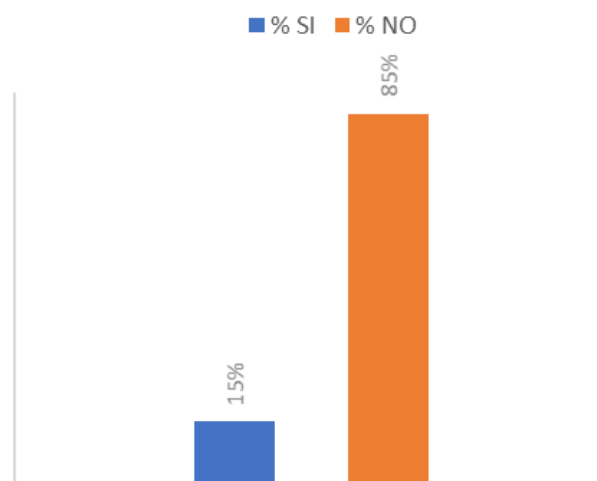
Fuente: Elaboración propia

En el caso de la categoría *Repetición obsesiva* los datos determinaron que en el 86% de los casos no se presentaron pensamientos recurrentes de forma errónea, con la finalidad de convertir la información en verídica.

Tabla 12. Incremento eventual

Cortina de humo	Repeticiones	Participación
Si	142	15%
No	815	85%
Total:	957	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14. Incremento eventual

Fuente: Elaboración propia

Por su parte, los datos obtenidos para la categoría *Incremento eventual* indican que el 85% de las veces el titular de la noticia no generó contagios y repercusiones en otros lugares y en el futuro. Por ende, en términos generales, podemos concluir con que las emisiones estuvieron en su mayoría libres de falacias durante el proceso de compartir la información a la audiencia. Sin embargo, se evidencia que si hay notas con falacias donde el protagonista es el manifestante y además de ello una astucia al presentar un hecho real pero como ya lo vimos, sesgadamente que confunde a la audiencia.

4.6 Consideraciones finales

A continuación, con la intención de ejemplificar el proceso descriptivo e interpretativo que se realizó durante el análisis de cada una de las noticias presentadas en la matriz, se muestra un ejemplo de 6 noticias seleccionadas al azar, esto con el propósito de conocer cómo se manifestó la construcción de la agenda desde lo particular, e igualmente el proceso de análisis de cada titular para su tabulación en la matriz con respecto a los temas, protagonistas y tonos empleados en su representación, para finalmente presentar en la tabla 13 una síntesis organizada de la *Agenda Setting* y Representaciones Mediáticas de Noticias Caracol durante la cobertura del Paro Nacional

2021 en Colombia, fundamentada a través de las noticias, los argumentos construidos con esta investigación, y referencias de teóricos que han hablado previamente sobre el tema.

La noticia número 63, demuestra la inconformidad de algunas personas con los manifestantes y con la violencia. Se señala la temática de la noticia referente al paro, donde los protagonistas son ciudadanos comunes que no quieren más violencia generada por el paro. Allí manejan un tono descalificador. Su acto es descalificar el paro, y rechazar la violencia. Defienden los valores de los derechos humanos bajo el liderazgo, y manifiestan oposición. A su vez es un incremento eventual el de la noticia y los protagonistas, dado que son más las personas que cada vez rechazan la violencia.

Por otra parte, La noticia 218 se considera una cortina de humo y una tergiversación de la información por parte del presidente de la república. En primera, los periodistas informan la reunión del presidente con las iglesias con el fin de dar soluciones a las problemáticas, siendo esto algo de poca relevancia dado que no aporta a tomar decisiones verdaderas que mitiguen el paro y genere acuerdos con el comité del paro. En segunda, el señor presidente manifiesta rechazo a los hechos de violencia que se presentan por parte de la fuerza pública, asunto que no tiene argumentos sólidos dado que no establece o genera amenazas que de verdad disminuyan los abusos policiales. A su vez, estos se siguen generando a través de los días.

Sin embargo, la noticia 374, contradice lo dicho en la noticia 218. Esto justifica cada vez más que el presidente lanza mensajes sin argumentos de que rechaza la violencia por parte de la fuerza pública, dado que ordena utilizar toda la capacidad operacional para levantar los bloqueos, conociendo en su caso que esto ocasionará enfrentamientos, heridos y más odio y división entre los manifestantes y la fuerza pública.

Por su parte, la noticia 17, se considera cortina de humo. Esta noticia dice que el alcalde de Montería quien preside la Asociación de alcaldes de Capitales asocapitales les pidió a los organizadores del paro nacional aplazar para otra fecha las marchas y

pensar en la protección de la vida en medio de emergencia por Covid-19. Es decir que de una vez dice que si salen a las calles están poniendo es riesgo la vida de las personas, algo que no fue real y que solo buscaba frenar las manifestaciones. El virus con o sin manifestaciones estaba en las calles y el paro no iba a ser el causante de más muertes.

Mientras que, la noticia 527 tiene como temática el vandalismo, con los conductores de misiones médicas como protagonistas, y con un rol de víctimas. Es la razón por la que el titular tiene un tono de denuncia. El acto es informar sobre la violencia y los bloqueos y fomentan valores de respeto. La noticia es una oposición y se considera un incremento eventual del titular dado que el noticiar está presentando muchos titulares de incrementos de violencia en los bloqueos.

E igualmente, la noticia 716 habla sobre desbloques para dar el paso de alimentos, con protagonista a los líderes sociales, como de la minga y el padre Dagoberto Cardenas. Su rol es de negociadores y la noticia tiene un tono informativo, dónde su objetivo es informar sobre los desbloques. Los protagonistas tienen como atributos el liderazgo y la defensa al respeto. Estos a su vez están con oposición al desabastecimiento y la noticia presenta un incremento de la situación, dado que en varias partes del país también se presentan bloqueos.

Tabla 13. Agenda Setting y Representaciones Mediáticas de Noticias Caracol durante la cobertura del Paro Nacional 2021 en Colombia

Agenda Pública			
Objetivo	Noticias	Argumentos	Teóricos
Explorar los temas predominantes y su importancia en la agenda establecida por Caracol Noticias durante el desarrollo de la movilización social en Colombia.	<p><i>Noticia 10:</i> “Todo está listo en Barranquilla para el paro nacional, serán 3 movilizaciones y también 2 concentraciones”</p> <p><i>Noticia 60:</i> “Fuimos a las calles para conocer de primera mano las razones del paro nacional”</p>	La cobertura mayoritaria de las emisiones de Noticias Caracol estuvo centrada el cubrimiento de los acontecimientos del Paro Nacional 2021, siendo este el tema principal de todas las transmisiones.	Se ratifica empíricamente que los medios ofrecen agendas muy oficialistas y convencionales, tanto en sus contenidos como en sus fuentes y en su construcción informativa, limitadas a los registros escuetos de los hechos, sin contraste de voces y opiniones y sin que respondan a las demandas reales de los ciudadanos (Bonilla y Cadavid, 2004).

<p>Identificar los principales protagonistas presentados en las noticias y los atributos que le asigna el medio de comunicación en la presentación de la misma.</p>	<p><i>Noticia 64:</i> “En Pasto avanzan las investigaciones para dar con los responsables del ataque contra la policía con bombas incendiarias”</p> <p><i>Noticia 199:</i> “<i>Presidente</i> Iván Duque recibió a líderes políticos para buscar acuerdos por jornada del paro nacional”</p>	<p>Los principales protagonistas fueron los manifestantes, destacando los roles negativos de manifestante primera línea y Violador de derechos humanos. Sin embargo, también se identificó al Gobierno nacional como 2do protagonista, mostrado desde el rol de un ente conciliador que busca la paz.</p>	<p>Las coberturas y mensajes políticos negativos tendrían como efecto principal el alejamiento del grueso de la ciudadanía respecto de los asuntos públicos en general y de la participación electoral en particular (...) el negativismo surge como la forma más utilizada de marcar la agenda al partido afín y de conseguir para la opción elegida la mayor relevancia social posible (Castromil, 2008).</p>
<p>Determinar los tonos que prevalecieron en este medio durante las movilizaciones sociales en Colombia y qué comunican.</p>	<p><i>Noticia 273:</i> “En el departamento del Caquetá las afectaciones que se empiezan a sentir por el bloqueo de las vías que comunican hacia el interior del país”</p> <p><i>Noticia 273:</i> “Varias regiones del país se preparan para las nuevas jornadas de marchas”</p>	<p>Se le atribuyó un tono Informativo a la acción de comunicar la noticia por parte del noticiero, y se emplearon tonos descalificadores y denunciante para referirse a las acciones por parte de las personas que se movilizaron durante el Paro Nacional 2021.</p>	<p>El objetivo es, básicamente, crear audiencia, aunque no niega la existencia de otros intereses individuales que afecten a la actuación de los medios (Castells, 2009).</p>

Fuente: Elaboración propia

Una síntesis general de los resultados nos indica que la agenda pública de Noticias Caracol manejó temas enfocados mayoritariamente en el cubrimiento de los acontecimientos del Paro Nacional 2021, siendo este el tema principal de todas las transmisiones, que describían principalmente a dos protagonistas, por un lado, a los manifestantes cargándolos de los roles negativos de Manifestante primera línea y Violador de derechos humanos, y por otro lado al Gobierno Nacional a quien se le atribuyó el rol de negociador dando la imagen de este como un ente conciliador que busca la paz.

Además, esta agenda brindó un tono informativo partidista hacia el gobierno nacional y negativo cuando aborda la información del Paro Nacional, que envió un mensaje centrado en generalizar a todos los manifestantes como los causantes de los problemas económicos que está atravesando el país, los principales responsables del aumento de

contagios de Covid-19 durante la fecha (ya sea por esparcir el virus o impedir el óptimo desempeño de las jornadas de vacunación) y ser los causantes de los actos de violencia durante las manifestaciones.

Mientras que mostró al Gobierno nacional como una entidad opuesta que busca lo mejor para el país, a la fuerza policial como víctimas de la violencia y a la propia cadena de noticias como un ente informativo que describe los hechos de manera verídica, aunque se centre en mostrar o narrar lo que responde a sus intereses, y este, en un porcentaje mayoritario, se vio limpio de falacias en el proceso de comunicación.

5 CONCLUSIONES

Noticias Caracol es uno de los medios más vistos y con mayor renombre en Colombia, incluso muchos colombianos se autodenominan *caracoleros* al identificarse con la cadena que en sus inicios era de radio y luego televisión. Por ende, es grande la responsabilidad de este y los demás medios masivos, ya que desayunan, almuerzan y cenan los colombianos, siendo parte de una rutina que acompaña a millones de hogares.

Tras hacer este análisis de contenido de la presentación de las noticias relacionadas con el paro nacional del año 2021, podemos encontrar una evidente inclinación editorial que descalifica a los manifestantes, poniéndolos en sus noticias como los causantes del caos que vivió el país. Los responsabiliza, los juzga, pone en duda su veracidad y le da importancia a la información oficialista que no fue veraz según muchas ONGs como *Temblores*, quienes reportaron que durante las protestas que iniciaron el 28 de abril del 2021 a solo 7 días de haber comenzado ya existían 1.181 denuncias por abuso policial en el marco del paro nacional. Sin embargo, su actividad fue puesta en duda por miembros del gobierno y las cadenas nacionales de noticias (Infobae, 2021).

Igualmente, es interesante ver el tono de los presentadores que sugieren con sus palabras, que, si no fuera por el paro, Colombia estaría bien, saliendo de la pandemia y con una alegre reactivación económica. Que las personas que piensan en trabajar, en *sacar adelante el país* son aquellas que no paran, que quieren ir a trabajar y que se ven afectadas por aquellas que protestan. Venden la idea de que ser protestante es sinónimo de vándalo, de un obstáculo para el progreso de la sociedad. Claramente este tipo de información dada de esta manera con estos tonos y dándole roles negativos a los manifestantes y positivos al gobierno nacional, revela que Noticias Caracol está del lado de este segundo, mostrando un discurso donde hay buenos y malos.

Por su parte, las consideraciones relacionadas con falacias y cada una de sus categorías, así como sus articulaciones finales con la agenda pública, en la mayoría de los casos, no necesariamente apoyan la posición inicial de la investigación, esto puede

ser un indicativo para un cubrimiento preciso de la noticia donde se manejen los temas de la agenda sin la necesidad de recurrir constantemente a falacias durante la presentación del noticiero. Sin embargo, si hubo y fueron con el mismo objetivo de descalificar las manifestaciones legítimas de los movimientos sociales.

Además, esas semanas la agenda mutó de la repetición alrededor de Covid-19 a una agenda más empecinada en relacionar muchos atributos negativos de la protesta social, sobrepasando por muchos momentos el foco de atención que implicaba la pandemia por esas fechas, y cuando la pandemia regresaba a ser el centro de conversación esta no llegaba solo, ya que el discurso en torno a esta se fusionó con el discurso de las protestas y manifestaciones y el número de contagios por Covid-19 fue atribuido a todos los actos que se desarrollaban en torno a las movilizaciones sociales.

Con la investigación se pudo comprender que Noticias Caracol construyó para su audiencia un mensaje que hablaba sobre las protestas como un problema para el avance del país, que los protestantes eran los malos en su mayoría, que a estos no les importa el bienestar de las personas y que el paro no debía continuar, primero por las medidas de bioseguridad y luego por la violencia y la reactivación económica, todo en un discurso un poco repetitivo con la intención de que la audiencia lo perciba como verdad.

Sin embargo, las problemáticas de fondo del país, raíz del movimiento social no son tratados ni investigados como lo debe hacer un medio de comunicación, sino que son enunciados para formar ciertas polémicas sin llegar al fondo de la denuncia. El discurso que hablan de la reforma tributaria tiene un tinte de armar polémica, despertar cierta indignación mediática que genera rating y visitas en internet, pero que no son el fondo de la situación que vive el país. En tal sentido Noticias Caracol muestra una agenda pública impuesta gobiernista, alejada de la realidad, partidaria de un solo lado del conflicto, presentando la noticia de manera opuesta a la objetividad y la neutralidad. Su agenda está orientada al objetivo de que la población hable y opine como ellos, con la intención de que el movimiento social se vea débil, sin futuro y como un gran enemigo.

En conclusión, esto demuestra el poder de los medios, que pueden generar pánico o normalizar situaciones preocupantes y de gran importancia, ya que los resultados muestran el favorecimiento que estos le dan al Gobierno nacional, dado que las respuestas de muchos manifestantes y las evidencias presentes en redes sociales sobre los abusos policiales, dejan para el análisis la función del medio comunicativo que se autodenomina “objetivo” pero que se evidencia no lo es, ya que presenta ante la opinión pública una “verdad” que solo sirve a un sector poderoso de la sociedad colombiana.

Este sector es evidenciado en la investigación. El dueño de Noticias Caracol es el reconocido grupo empresarial Santodomingo que ha tenido fuertes nexos con los gobiernos colombianos, claramente con ideología neoliberal. Sus intereses políticos y económicos están lejos de los expresados por los colombianos que salieron a marchar y por tal motivo fueron representados como “malos” y “culpables” como lo demuestra el análisis. La repetición de este mensaje no solo con palabras sino con imágenes, nos hace reflexionar sobre el papel de los medios en Colombia y Latinoamérica, sobre nuestro papel como comunicadores sociales y estudiantes del campo de la comunicación y por supuesto nuestro rol como televidentes y ciudadanos.

Por ende, se concluye que este medio masivo, convencional y televisivo desinforma con el fin de construir imaginarios colectivos negativos hacia un grupo de personas y movimientos que se enfrentaron con el poder y que fácilmente, por el alcance e influencia que ejerce Caracol en los colombianos, son designados bajo atributos que forman el pensamiento social y la construcción cultural de un país que le cree bastante a los medios privados, pero que al parecer puede despertar pronto de tanta desinformación histórica.

No todos los medios de comunicación son iguales y por eso no es bueno generalizar. Un análisis de contenido como este nos permite puntualizar casos, en un lapso de tiempo para evidenciar qué hay detrás de cada palabra e imagen.

6 RECOMENDACIONES

La información de esta investigación es una base para que se siga investigando sobre el verdadero mensaje que dan los medios que hacen parte de los oligopolios en Colombia, la hegemonía de la información que sigue creciendo y se extiende a los canales digitales y que no permite la democratización de la comunicación por el poder económico que se hace más fuerte. Esto le puede dar un impulso importante a medios no tradicionales que quieren ejercer como medios independientes para formar audiencias críticas desde la evidencia de lo que hacen los grandes medios del país.

Por ende, se recomienda a esos profesionales que ejerzan o planean ejercer en el área de la comunicación social y persigan realizar un ejercicio de su profesión con ética y transparencia, optar por medios que estén en línea con sus intereses y cuyo objetivo se vea enfocado en transmitir la información con la pura intención de informar a una audiencia, sin que este proceso responda a intereses particulares, sesgos personales u otros factores que atienten contra los principios de la profesión.

También se recomienda a los espectadores de medios de comunicación realizar acciones como la contrastación de la información que circula en los diversos medios con la intención de no solo quedarse con una opinión, sino, conocer todo lo que se dice sobre las noticias, para así crear un criterio más completo sobre los acontecimientos, y además realizar un proceso de juicio sobre toda la información recibida para evitar la manipulación que algunos medios planean generar en la audiencia.

Igualmente, esta investigación puede servir como documento de referencia para todas aquellas personas que se encuentren interesados en conocer o abordar los temas de *agenda setting*, representaciones sociales, representaciones mediáticas, Los medios de comunicación y su poder, movilizaciones sociales y negativismo mediático. Además, da pie a investigaciones que continúen analizando el lenguaje visual y no visual que se sigue comunicando al consciente e inconsciente de los televidentes.

REFERENCIAS

- Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona. Disponible en: <https://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-/La%20produccion%20de%20la%20noticia.pdf>
- Alvarado, P., Medina, S. y Rojas, M. (2019). *Análisis de la influencia del Noticiero del Canal RCN, en las votaciones de la Consulta Popular Anticorrupción de Colombia, 2018*. Fundación Universitaria Panamericana. Disponible en: https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2301/Análisis%20de%20la%20influencia%20del%20Noticiero%20del%20C_Manuel%20Ricardo%20Rojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alvarado-Vivas, S., López, J. y Pedro-Carañana, J. (2020). *Los debates electorales en Twitter y su correspondencia con las preocupaciones ciudadanas en la contienda presidencial en Colombia 2018*. Signo y pensamiento, 39(76). Disponible en: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp39-76.detc>
- Baca, V. (2008). *Diseños para investigar la producción social de comunicación*. Curso de Metodología de la Investigación en el Master en Comunicación Social de la Universidad Complutense de Madrid.
- BBC News (2021). *Paro nacional en Colombia: miles de personas marchan en protesta por la reforma tributaria en medio de un grave repunte de casos de coronavirus*. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56897151>
- BBC News (2021). *Paro Nacional en Colombia: cuánto influyeron realmente las protestas en que sea en la actualidad uno de los países más afectados por la pandemia*. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Protestas_en_Colombia_de_2021
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015)*. Editorial UNQ, Observacom. ISBN / ISSN:978-987-558-464-8. Disponible en: <https://ediciones.unq.edu.ar/410-la-concentracion-infocomunicacional-en-america-latina-2000-2015.html>
- Benavides, M. y Carlos, R. (2005). *Métodos en investigación cualitativa: triangulación*. Revista Colombiana de Psiquiatría, vol.34. Bogotá. Disponible en:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008

- Berelson, B. (1995) *Content Analysis in Communications Research*. New York. The Free Press.
- Bisbal, M. (2008). *El observador observado, o la realidad mediada por los medios y los periodistas*. *Mediaciones Sociales*, N.º 2, I semestre de 2008, pp. 13-33. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Central de Venezuela.
- Bonilla, J. y Cadavid, A. (2004). *¿Qué es noticia? Agendas, periodistas y ciudadanos*, Bogotá. Cátedra Konrad Adenauer de Comunicación y Democracia.
- Califano, B. (2015). *Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político*. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. 19. 61-79. Disponible en: 10.1016/j.rmop.2015.02.001.
- Calonge, S. (2006). *La representación mediática: teoría y método*. *Psic. da Ed.*, São Paulo, 23, 2º sem. de 2006, pp. 75-102
- Castells, M. (2009) *Comunicación y Poder*. Alianza, Madrid.
- Castromil, A. (2008). *El negativismo mediático en las Elecciones Generales de 2008 en España*. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-10-08-El%20negativismo%20medi%C3%A1tico%20en%20las%20Elecciones%20Generales%20de%202008%20en%20Espa%C3%B1a40.pdf>
- Castromil, A. (2012). *Negativismo mediático y campaña electoral en las Elecciones Generales de 2008*. Universidad Complutense de Madrid. *Reis* 139, julio-septiembre 2012, pp. 163-174.
- Cebrelli, A. y Arancibia, V. (2010). *LAS TRAM(P)AS DE LAS REPRESENTACIONES - Apuntes para el análisis de las coberturas mediáticas de problemáticas referidas a pueblos originarios*. Red Nacional de Investigación y Comunicación. Disponible en: https://www.academia.edu/38629100/LAS_TRAM_P_AS_DE_LAS_REPRESENTACIONES_Apuntes_para_el_an%C3%A1lisis_de_las_coberturas_medi%C3%A1ticas_de_problemas_referidas_a_pueblos_originarios
- Cebrelli, A y Rodríguez, M. (2013). *Algunas reflexiones sobre representaciones y medios*. *Revista Trampas de la comunicación y la cultura* • ISSN 2314-274X

- Chavero, P. y Ramos, I. (2019). *Agendas política y mediática: el proceso de agenda setting en Ecuador*. RISTI, N.º E20, 05/2019.
- Cifuentes, G. (2020). *Lenguaje periodístico emitido por las fanpages universitarias en las protestas de octubre de 2019. caso de estudio: UPS y UDLA*. Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito. Ecuador. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19005>
- Correa, D. (2021), *Matriz Noticias Caracol Representación mediática Paro Nacional*, Mendeley Data, V1, doi: 10.17632/yzzj9f47wh.1. Disponible en: <https://data.mendeley.com/datasets/yzzj9f47wh/1>
- Cuervo, D. (2019). *Hackatón: una mirada crítica a los medios de comunicación*. Radio Nacional de Colombia. RTVC. Disponible en: <https://www.radionacional.co/cultura/hackaton-una-mirada-critica-los-medios-de-comunicacion>
- DW (2021). *ONU y EE. UU. piden a Colombia localizar a personas desaparecidas en protestas*. Disponible en: <https://www.dw.com/es/onu-y-ee-uu-piden-a-colombia-localizar-a-personas-desaparecidas-en-protestas/a-57649471>
- El Tiempo (2004). *El año de la ruptura: 1998*. Diario el Tiempo: Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1529431>
- France24 (2021). *Covid-19: Colombia mantiene sus contagios diarios en más de 28.000*. Disponible en: <https://www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20210605-colombia-pandemia-crisis-coronavirus-covid>
- Fecolper (2020). *Grupos mediáticos y familias propietarias de medios en Colombia*. Federación Colombiana de Periodistas. Disponible en: <http://www.monitoreodemedios.co/grupos-mediaticos/>
- Gomis, L. (1991). *Teoría del Periodismo*. Barcelona: Paidós.
- González, D. y Pantoja, M. (2018). *Recursos psicológicos de una persona que fue privada de libertad en el penal de Tocorón, estado Aragua a través del relato-de-vida de «Luciel el ilustre»*. Universidad Arturo Michelena. Venezuela.
- Gutiérrez, G. (2009). *Los medios de comunicación en Colombia frente a las demandas de los ciudadanos*. Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1084&context=ap>

- Hall, S. (1974). *The television discourse - Encoding and decoding*. Education and Culture. Verano. The Cultural Studies Reader. Londres.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mcgraw-hill / Interamericana editores, S.A. de C.V. Disponible en: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Horta, J. (2013). *Representaciones mediáticas. Tres notas sobre los procesos semióticos en los medios masivos*. COMUNICACIÓN Y MEDIOS n. 28 (2013). ISSN 0719-1529 pp. 96-112. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. Disponible en: Dialnet-RepresentacionesMediaticas-5242822.pdf
- Infobae. (2021). *“La invitamos a dar un debate sin acusaciones falsas”: Temblores ONG a María Fernanda Cabal*. Infobae web. Disponible en: <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/05/05/la-invitamos-a-dar-un-debate-sin-acusaciones-falsas-temblores-ong-a-maria-fernanda-cabal/>
- Jodelet, D. (1986). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. En: S. Moscovici. Psicología social. Vol. II. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Kantar Ibope Media (2019). *Así le fue a la audiencia de los medios de comunicación en la última década*. LR La República. Disponible en: <https://www.larepublica.co/empresas/asi-le-fue-a-audiencias-de-los-medios-de-comunicacion-en-la-ultima-decada-2942547>
- López, J., Cuéllar, D., Alvarado, S., Rincón, M., Cantor, M. y Velandia, M. (2021). *Libro de códigos y matriz de análisis de contenido sistemático y estructural de la campaña electoral a las elecciones de la Alcaldía en Bogotá, Colombia (2019)*. Disponible en: <https://data.mendeley.com/datasets/x949kwgzf3/2>
- López, M. (2016). *El papel del negativismo mediático en la campaña electoral de 2015*. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/1208-2017-06-23-Maria%20Lopez%20Romero%20-%20Castromil.pdf>
- Lugo, D. (2010). *Movilizaciones sociales y formas de lucha campesina desarrolladas en el Municipio de Cajibío (Cauca): 1990-2006*. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad ICESI. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/soec/n19/n19a15.pdf>

- RAE (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. La 23.^a edición. Disponible en: <https://dle.rae.es/>
- Machado, A. (2001). *Las representaciones mediáticas en la actualización de la memoria*. Utopía y Praxis Latinoamericana. Año 7. Nº 17. Pp. 109-119. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/279/27901708.pdf>
- Marín, J (2017). *La representación mediática del escándalo de corrupción política en España (2009-2014) desde la Teoría del encuadre (Framing)*. Universidad católica de Murcia, Escuela Internacional de Doctorado, Programa de Doctorado en Dirección de Comunicación. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=153549>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: G. Gili. Disponible en: <http://www.teoriascomunicunm.com.ar/archivos/UNIDAD5-Barbero-DeLosMediosaLasMediaciones.pdf>
- McCombs, M. (1991). *AGENDA SETTING - Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. ISBN 0-8058-0841-8. United States.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2013). *Política de Comunicación/Cultura*. Gobierno de Colombia. Disponible en: https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-de-comunicacion-cultura/Documents/10_politica_comunicacion_cultura.pdf
- Moragas, M., Terrón, J. y Rincón, O. (2017). *De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, 30 años después*. InCom-UAB Publicacions, 14. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universidad Autónoma de Barcelona. ISBN 978-84-947521-5-5. Disponible en: https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2017/183016/eBook_incomuab_14.pdf
- Morales, E. (2018). *El cubrimiento mediático de la violencia contra la mujer en Colombia: un estudio de Noticias Caracol*. Universidad del Rosario, Escuela de Ciencias Humanas. Programa de Periodismo y Opinión Pública. Bogotá. Disponible en: https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/20702/MoralesCamacho_EmiliaAlejandra_TesisFINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Moreno, P y Cadavid, M. (2017). *Influencia de Caracol y RCN en la formación de la opinión pública con respecto a los diálogos de paz en Colombia 2012-2016*. Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali. Disponible en: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10006/T07669.pdf?sequence=6>
- Moscovici, S. (1961). *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Nájera, M. (2018). *Análisis de la representación mediática de la condición de juventud en la serie televisiva "Cartas a Harrison"*. Universidad Santo Tomás Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Bogotá, Colombia. Disponible en: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/11909/2018mauricionajera.pdf?sequence=1>
- Navarro, M. y Rodríguez, R. (2017). *Política mediatizada: el caso español durante el Periodo 2008-2012*. Universidad Complutense de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos. Disponible en: <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/315/288>
- Ortiz, A. (2015). *La observación de las representaciones mediáticas del medio ambiente en la prensa. El caso de La Crónica de Baja California, México*. Mediaciones Sociales N° 14, 2015, pp. 59-79 ISSN-e: 1989-0494. Disponible en: 10.5209/rev_MESO.2015.n14.51559
- Rodríguez, C. & Duque, E. (2008). El Grupo Santodomingo: el pez chico se come al grande de generación en generación. *Innovar*, 18(32), 127-152. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512008000200008&lng=en&tlng=es
- Parra, B. (2004). *Los negocios de mingo. Efectos de la apertura y la globalización en los grupos Bavaria y Valores Bavaria*. Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000441&pid=S0121-5051200800020000800025&lng=en
- Sánchez, M. (2010). *Prensa y control social. los modos de hablar sobre el crimen en la nación y la nueva provincia*. Question/Cuestión, 1(27). Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1002>

- Semana. (2006). Financiación electoral: pasando el sombrero. *Revista Semana*, 1244. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000459&pid=S0121-5051200800020000800043&lng=en
- Semana (2021). *Paro Nacional: así titularon los medios internacionales la jornada de protesta en Colombia*. ISSN 2745-2794. Disponible en: <https://www.semana.com/nacion/articulo/paro-nacional-asi-titularon-los-medios-internacionales-la-jornada-de-protesta-en-colombia/202122/>
- Serrano, M. (1977). *La mediación social*. Madrid: Akal.
- Serrano, M. (1986). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza.
- Serrano, M. (2007). *Teoría de la Comunicación. La comunicación la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Silveira, A. (2002). *Las representaciones mediáticas en la actualización de la memoria*. Utopía y Praxis Latinoamericana, vol. 7, núm. 17, pp. 109-119 Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/279/27901708.pdf>
- Treré, E (2015). *Redescubriendo el poder transformador de la comunicación para el cambio social en la era del Big Data*. Comunicación y Sociedad, núm. 23. pp. 261-265. Universidad de Guadalajara Zapopan, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34632784014>
- The New York Times. (2021). *La policía de Colombia responde a las protestas con balas y hay más muertos*. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2021/05/05/espanol/protestas-policia-colombia.html>